Una Base de Datos.



La base de datos de una empresa es el centro de su estrategia de ventas, todo gira alrededor de cómo optimizarla para estar cerca de clientes actuales y cómo aprovecharla para generar confianza en los prospectos.

En muchas empresas la conciencia de la importancia de generar una base de datos sólida con la información de clientes y prospectos no es muy arraigada, y con ello están perdiendo importantes oportunidades de optimizar presupuestos y dirigir sus campañas de forma más directa y personalizada.

"Una base de datos bien elaborada te ayudará a segmentar, optimizar y personalizar tus campañas de marketing y ventas".

En esta guía quiero darte algunos consejos que cómo elaborar tu base de datos y de las distintas formas en que puedes aprovecharla.

Para qué te sirve una Base de Datos

Lo primero es definir para qué te puede servir tu base de datos dependiendo el giro de tu empresa, aquí algunas de las razones más importantes:

- Concentrar la información general de clientes y prospectos: nombre, teléfono, dirección, email, ciudad, etc.
- Registrar información detallada de tus clientes y prospectos, que de otra manera puede perderse con el tiempo u olvidarse. Sus hobbies, sus necesidades específicas, su personalidad, horarios de trabajo, estilo de vida, sus preferencias, etc.
- Elaborar campañas de email marketing o call center de promoción o fidelización
- Usarla como directorio para la actividad de ventas directas u online.
- Controlar la administración de ventas
- Monitorear los procesos de compra de clientes y prospectos
- Segmentar tu estrategia de marketing para elaborar mensajes y acciones más personalizadas y de mayor impacto

Cómo elaborar una Base de Datos

El objetivo de una base de datos es centralizar la información de tus clientes y prospectos, reunir información segmentable, y en el mejor de los casos, llevar un record de su historial de contactos con tu empresa.

Por el momento hablaremos sólo del objetivo de la base de datos como centralizadora de información relevante de clientes y prospectos.

Debes mirar a tu base de datos como una herramienta para **personalizar** tu comunicación con clientes y prospectos, mientras más **segmentes tus mensajes** a un nicho de mercado con características similares, tendrás mayores oportunidades de conectar con él.

Olvida eso de querer llegar a todos de la misma forma, esa comunicación masiva no funciona, a menos que goces de mucho presupuesto y tiempo para lograr tus objetivos. Si no es tu caso, la mejor forma de llevar el mensaje de tu marca a clientes y prospectos es tratar de ser los más "personal" posible.

Una vez entendamos esto de la "**segmentación**" entenderás la importancia de la Base de Datos, ya que si la elaboramos bien, nos permitirá "**segmentar**" el mercado.

De forma general te voy a dejar las partes que debes considerar en tu base de datos, dependiendo de tu tipo de negocio puedes requerir mayor información.

Si tus clientes/prospectos son consumidores finales (B2C):

Datos Generales

- Nombre
- Apellidos
- Título (Sra/Sr/Lic/Ing/Dr)
- Teléfono
- Celular
- Mail
- Twitter / Instagram / Otras Redes Sociales
- Dirección

Datos para segmentar

- Colonia
- Ciudad
- Estado
- Empresa en la que trabaja
- Puesto que ocupa
- Giro de la Empresa

Personalidad (También ideales para segmentar)

- Hobbies
- Preferencia Producto/Servicio (de los que tu vendes)
- Aficionado (futbol, tenis, equipo, carreras, cine, etc.)
- Nivel socioeconómico (educación, cultura, poder adquisitivo)
- Personalidad general (alegre, malhumorado, impaciente, etc.)

Si tus clientes/prospectos son otras empresas (B2B):

Datos Generales

- Nombre de la empresa
- Razón social y RFC
- Nombre del contacto
- Apellidos
- Título (Sra/Sr/Lic/Ing/Dr)
- Puesto que ocupa
- Teléfono
- Celular
- Mail
- Twitter / Instagram / Otras Redes Sociales
- Página web
- Dirección
- Nombre de Secretaria o Asistente
- Apellidos

Datos para segmentar

- Colonia
- Ciudad
- Estado
- Giro de la Empresa (salud, abogados, productos de cables, software, etc.)
- Sector de la empresa (industrial, comercial o servicio)
- Tamaño de la empresa (micro, pequeña, mediana, grande)

Personalidad del Contacto principal (También ideales para segmentar)

- Hobbies
- Preferencia Producto/Servicio (de los que tu vendes)
- Aficionado (futbol, tenis, equipo, carreras, cine, etc.)
- Nivel socioeconómico (educación, cultura, poder adquisitivo)
- Personalidad general (alegre, malhumorado, impaciente, etc.)

Personalidad del Contacto principal (También ideales para segmentar)

- Tipo de empresa (nacional, trasnacional, etc.)
- Filosofía empresarial
- Personalidad (estrictos, buscan calidad, buscan mejor precio, etc.)

Ya sé que ahora estas muerto de miedo con toda la información que te estoy recomendando, no te preocupes, la realidad es que te anexe todos los campos IDEALES a tener en cuenta, pero no es necesarios que los tengas todos, dependiendo tu negocio y estrategias considera los más importantes y empieza por ahí.

Lo que sí debes saber es que mientras más información tengas de tu cliente mejores campañas puedes realizar, será más fácil optimizar tus presupuestos y por supuesto venderás más y mejor.

Recomendaciones Generales

La mayoría de las PYME empiezan a trabajar sus bases de datos en una hoja de “Excel”, esto está bien, con el tiempo se darán cuenta de todas las bondades de una Base de Datos y empezarán a querer migrar a estrategias más avanzadas como un CRM.
Por el momento hablemos de esa base de datos en Excel, ¿va? De cualquier manera estas recomendaciones también aplicarían en algunos sistemas CRM.

1. **Define tus campos de forma independiente** para que puedas filtrar información de forma más fácil. Con esto quiero decir que ocupen una columna o campo para cada variable: nombre en una columna, apellidos en otra; calle y número en una columna y colonia en otra. Y así sucesivamente. No importa cuántas columnas generes, lo importante es que puedas filtrarlas con facilidad.
2. **Establece una política de captura muy rigurosa y detallada.** Elige desde el inicio cómo vas a ingresar la información, ya que una falta de ortografía, una abreviación, etc. puede dificultarte la filtración de datos. **Ejemplos:** Todas las palabras tipo oración (primera mayúscula, las demás no), ninguna abreviación, respetar todos los acentos, etc.
3. **Cuida a tu Base de Datos como el material estratégico que es.** No permitas que muchas personas tengan acceso al documento, solo las realmente necesarias. Sobre todo cuando trabajas en Excel, ya cuando tengas un sistema de administración de clientes (CRM) podrás otorgar de manera más fácil permisos y seguridad al contenido de tu BDD, mientras tanto… cuídala!!
4. **Agrega siempre un campo de Observaciones.** No tienes un sistema, pero en tu Excel puedes ir anotando un poco del historial de contacto que dicho cliente/prospecto ha tenido con tu empresa, igual puedes ir registrando el último. También podrías anotar información relevante, como: no paga a tiempo, entregarle los días 15 factura, le gustan los envíos a domicilio, etc. cualquier clave que te ayude a no olvidar su forma de conectar contigo.

Sistemas de Administración de Clientes (CRM)

Esto en realidad es toda una estrategia corporativa de negocio, más que un simple software, pero si crees que tu empresa ya está preparado para profesionalizar la administración de las relaciones con sus clientes y orientar sus procesos 100% al cliente y no a la empresa, entonces aquí te dejo una lista de algunos de los mejores sistemas a tomar en cuenta, sin dejar de recalcar, que una estrategia CRM es muchísimo más que una base de datos de clientes. Si tienes dudas sobre esto, mejor llámame y con gusto te ayudaré a entender esta estrategia antes de que entres en ella.

- Salesforce
- Sage
- SAP
- Zoho
- Microsoft Dynamics
- Oracle
- Maximizer

- Apptivo
- GoldMine
- SugarCRM

Si te gustó este post, suscríbete a mi newsletter para recibir cada quince días consejos, tips y herramientas de **marketing para PYMES**. Si necesitas asesoría, capacitación o conferencia de marketing y/o social media no dudes en contactarme.

http://www.smartupmarketing.com/como-crear-una-base-de-datos-poderosa/