

# 5 RAZONES POR LAS QUE SU ESTRATEGIA DE CX FRACASA

Hoy en día, saber conectar con los clientes puede hacerle ganar o perder un negocio. Tanto para sus objetivos como para su plantilla, la experiencia del cliente es la máxima prioridad cuando se trata de vender, despertar interés y fidelizar a sus clientes. ¿Cuenta con la visibilidad que necesita para saber si su estrategia está fracasando?



# 86%

**DE LOS COMPRADORES PAGARÍAN MÁS POR UNA PLATAFORMA DE CX DE CALIDAD<sup>1</sup>**

## RAZÓN NÚMERO UNO

**Depende demasiado de los humanos para la exactitud de los datos.**

Cuando la carga de datos recae sobre su equipo de ventas, sus datos estarán incompletos, duplicados y no ofrecerán una visión precisa de su pipeline. Además, su equipo de ventas no dedica su tiempo a lo que debería.

■ **NO ES DE EXTRAÑAR QUE EL... 30%** de las implementaciones de CRM fracasen<sup>2</sup>



El resto lo dedican a tareas administrativas como la inserción de datos en el CRM

Cantidad de tiempo que los vendedores pasan realmente vendiendo

## RAZÓN NÚMERO DOS

**Da por hecho que su CRM posee toda la información que necesitará en el futuro.**

El perfil de su empresa y el de sus clientes cambia con el tiempo, así como la precisión de sus datos. Por tal razón, la cantidad de sus datos internos no es representativa en comparación con lo que puede extraerse de fuentes públicas y privadas.

■ **¿SABÍA QUE... >73%** de los datos no se utilizan

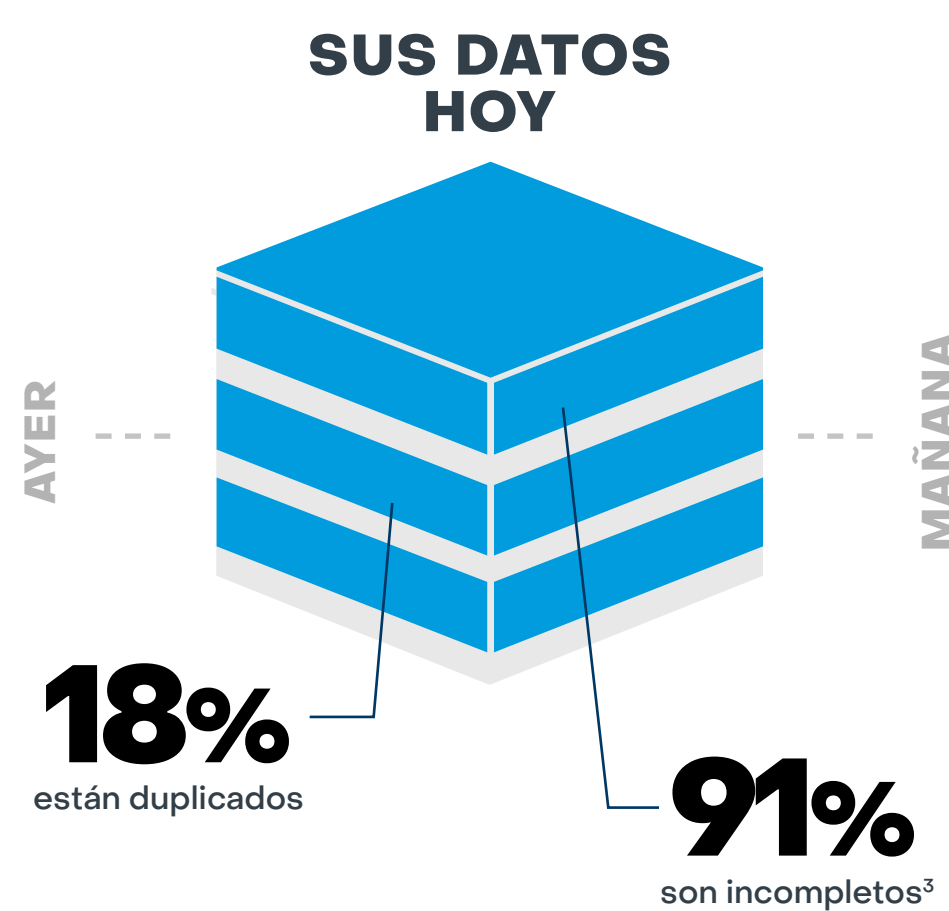


Cantidad de datos de CRM que se echan a perder cada año<sup>3</sup>

## RAZÓN NÚMERO TRES

**Da por hecho que su CRM hace seguimiento de todo.**

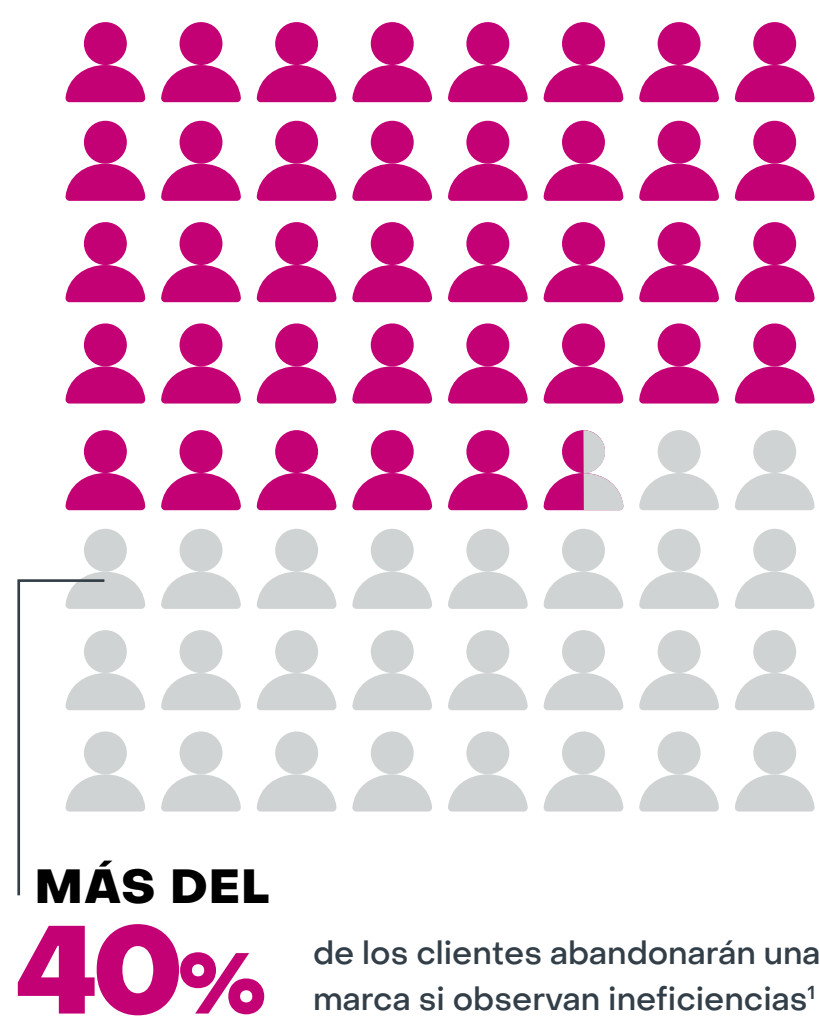
Si su CRM le ofrece una visión distorsionada del presente, no podrá aprender del pasado ni predecir el futuro.



## RAZÓN NÚMERO CINCO

**Se centra únicamente en equipos y oportunidades de cara al cliente.**

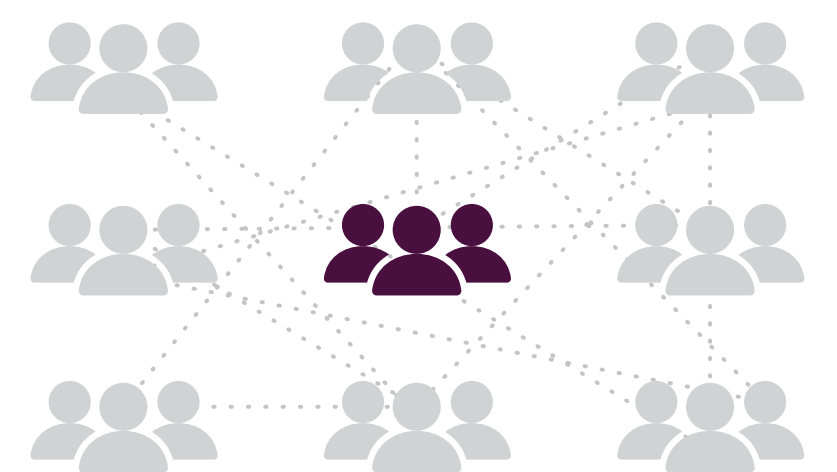
Desde el inventario hasta la facturación y la contabilidad, todos sus sistemas forman parte de su estrategia para la experiencia del cliente. El funcionamiento interno de su empresa tiene repercusiones tanto dentro como fuera, así que, si no invierte en sistemas para sus empleados, sus clientes también se verán afectados.



## RAZÓN NÚMERO CUATRO

**Los insights de sus clientes están aislados.**

Cuando los equipos no tienen acceso a los mismos datos, y solo registran y analizan los de sus propias áreas, se pierden insights cruciales de los clientes que influyen en las ventas adicionales ("upsells") y cruzadas ("cross-sells"), así como en otras oportunidades.



**1 BILLÓN \$**

se pierde cada año debido a la falta de comunicación entre departamentos<sup>4</sup>

### FUENTES:

<sup>1</sup> <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>

<sup>2</sup> <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/crm-statistics/>

<sup>3</sup> <https://www.dnb.com/products/marketing-sales/data-com-replacement.html>

<sup>4</sup> <https://www.maestrogrogroup.co/news/2017/1/9/how-much-is-sales-marketing-misalignment-costing-you/>