

Los datos en la empresa como potenciadores de la estrategia de marketing



Post exclusivo de [Juan Merodio](#), colaborador de nuestro business blog

¿Has oído hablar de Big Data? Seguro que si y cada día más, y te preguntes ¿eso es sólo para grandes empresas? ¿Cómo puedo aplicarlo a la mía?

Te haré otra pregunta ¿tienes definido un procedimiento de captación, análisis y uso de datos en tu empresa? -     **in** Si la respuesta es no, olvida el Big Data, no te preocupes, lo importante es realizar acciones que te den resultados, por lo que comienza hablando de data.

A mi entender muchas veces vemos que hay tanto interesante que no sabemos por donde empezar y eso nos lleva a un bloqueo y al final no hacemos nada de manera eficaz; por ello te propongo empezar a construir en base a tus recursos y necesidades.

Empecemos preguntándonos varias cuestiones:

- ¿Qué datos tienes a día de hoy de tus clientes?
- ¿Están captados cumpliendo la normativa vigente?

En este punto si tienes datos de tus clientes, haz una limpieza, optimiza tus informaciones quedándote sólo con aquella que está actualizada y te es útil. Por ejemplo, decides que los datos mínimos que necesitas de tus clientes y potenciales son: nombre, email, teléfono y ciudad.

A partir de este momento **crea una nueva base de datos con esta información y piensa en qué canales de los que dispones actualmente puedes empezar a captar estos datos de nuevos usuarios**. Un buen sitio es la web y/o blog de tu empresa, donde mediante un formulario puedes hacer que los usuarios se suscriban.

Eso si, piensa que para que lo hagan **debes ofrecerles un valor real**, no hablo de una newsletter al uso. ¿Por qué no creas un ebook gratuito con información exclusiva que pueda ser útil para tus clientes? Esto provocará que muchos para acceder a esa información, te den sus datos y a partir de ello empieces a ampliar cuantitativa y cualitativamente tu base de datos, que en el corto, medio y largo plazo te servirá para comunicar, para realizar acciones de marketing y para conocer más a tus clientes y con ello hacer que tu empresa sea más productiva.

Esto sólo es un primer paso en la aplicación de los datos en la empresa, lo importante es empezar, y poco a poco que vayas viendo como generar nuevos contenidos para ampliar los datos a través de múltiples canales.

¿Crees que la data será responsable de al menos un 20% de los resultados de tu negocio?

Juan Merodio

Blogger y profesor sobre Marketing 2.0 y Redes Sociales para Empresas