

CRM

Reto:

Crear un plan de comunicación continuo y personalizado basado en el **contacto directo con un público definido previamente**. Maximizar su eficacia mediante un **conocimiento exhaustivo** del perfil de las personas a las que nos dirigimos para ofrecerles una **información adaptada a Sus intereses**.

Solución:

Una potente herramienta de marketing digital que **almacena todos los registros de los usuarios obtenidos en las diferentes campañas de comunicación** y los estructura por motivaciones, necesidades y características personales. De esta manera, abre el camino de una **comunicación totalmente adaptada al usuario**, ya que en función de todas estas variables, **segmenta, planifica y ejecuta los envíos de emailings** para que cada uno pueda tener un acceso directo e inmediato a la información de su interés.

TIPOLOGÍA DE COMUNICACIONES:

DE CICLO DE VIDA O TÁCTICA: aquella comunicación común a todos los usuarios y que está relacionada con los momentos de consumo del usuario.

DE MOTIVACIÓN DEL VISITANTE: aquella que tiene que ver con los gustos de los usuarios obtenidos en los cuestionarios.

PUNTUALES O DE CAMPAÑA: aquella que responde a circunstancias esporádicas: eventos, promociones, etc.

PRESUPUESTO INVERSIÓN PROMOCIONAL 2016:

750.000 €

PORCENTAJE INVERSIÓN PROMOCIONAL RESPECTO DEL PRESUPUESTO 2016:

5,00 %

