

¿CÓMO AUMENTAR EL
VOLUMEN DE NEGOCIO
EN TU SEGMENTO
"CLIENTES"?

+30%

ÍNDICE

CONTEXTO.....	4	ACTIVACIÓN: EMAILINGS & SMS PERSONALIZADOS..	14
EL CUSTOMER JOURNEY.....	6	ATRIBUCIÓN: ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO DE LAS ACCIONES.....	16
CENTRARSE EN LOS CLIENTES.....	8	CONDICIONES PARA QUE EL USE CASE FUNCIONE.....	18
RECOPIACIÓN: IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES CON GANAS DE VIAJAR.....	10		
SEGMENTACIÓN: AUDIENCIAS POR DESTINO & TIPO DE VACACIONES.....	12		

CONTEXTO



Locasun es una agencia de viajes especializada en los alquileres vacacionales y de campings online desde hace más de 15 años. Su equipo está formado por 30 empleados repartidos entre Francia y España.

¿Su vocación? Facilitar a sus clientes las búsquedas de alquileres y campings, garantizándoles el mejor servicio posible y una óptima relación calidad/precio.

LOCASUN ES...



+ DE 100 000
PROPIEDADES EN EUROPA

LOS **MEJORES PRECIOS**
TODO EL AÑO



+ 45 000
RESERVAS POR AÑO



+ 250 000
CLIENTES SATISFECHOS
CADA AÑO



Eulerian es un editor SaaS (modelo de distribución de software en el que el alojamiento se gestiona en servidores a distancia) que propone soluciones tecnológicas que permiten a los responsables de marketing optimizar sus operaciones de marketing en tiempo real para lograr un mayor crecimiento.

Esta optimización, directamente ligada a las acciones en el **Customer Journey**, es posible gracias a una **Customer Data Platform**.

Splio es un editor de soluciones de *Customer Experience Management* (CEM) dedicadas al marketing y a la fuerza de ventas. Este editor se centra en todas las cuestiones relacionadas con el retail: recorrido del cliente omni-canal, acciones de marketing en tiempo real y programas de fidelización para construir sus soluciones de CEM, con funcionalidades dedicadas basadas en una arquitectura de datos nativa, centrada en las personas.

EL CUSTOMER JOURNEY

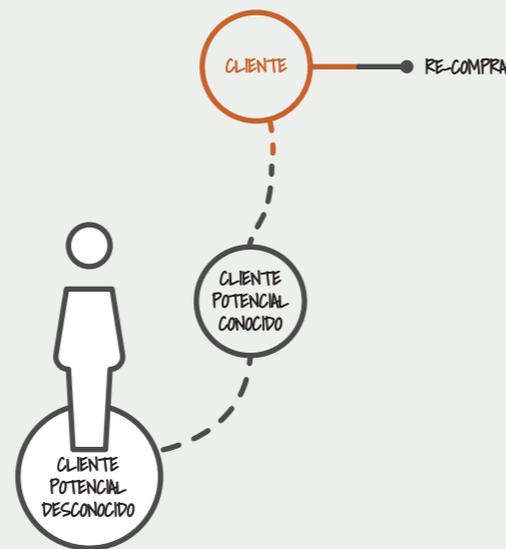
¿Qué es el Customer Journey?

El **Customer Journey**, literalmente el recorrido del cliente, no es otra cosa que **todos los puntos de interacción** entre la marca y el cliente.

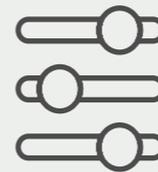
¿A través de qué canal ha llegado al sitio web? ¿Con qué mensaje o descripción de producto ha tenido interacciones? ¿En qué páginas ha navegado?

¿Qué información está buscando? Etc.

Los datos del Customer Journey está disponibles tanto online como offline (tarjeta de fidelización, call center, etc.) permitiendo una **visión en 360°** del famoso recorrido del cliente.



¿Por qué es importante tener en cuenta el Customer Journey?



PERSONALIZAR

Cuanto más personalizado sea el recorrido, más específicas y eficaces serán las acciones. Cuanto más corto sea el ciclo de compra, menos costoso será para la marca. La **personalización** permite **optimizar** las tasas de **conversión** y el **ROI global**.



IDENTIFICAR

Identificar partners que generen resultados satisfactorios en cada etapa del ciclo es una forma eficaz de aumentar el **rendimiento global**.

CENTRARSE EN LOS CLIENTES



Aumentar el volumen de ventas en el segmento “clientes” mediante campañas personalizadas

El problema de Locasun se encuentra en el punto “cliente” del *Customer Journey*, donde la empresa busca generar la re-compra.



Personalizando las ofertas de viajes según el interés del cliente

En este caso de uso, Locasun utiliza la **Customer Data Platform** (CDP) de Eulerian para personalizar sus campañas. Ésta se compone de 1 tecnología y 3 soluciones.

1 TECNOLOGÍA:



Recopilación

Calificación de perfiles de viajeros

3 SOLUCIONES:



Segmentación

Segmentación de la base CRM opt-in (usuarios que aceptan recibir newsletters) en función de la afinidad por un destino



Activación

Lanzamiento de campañas personalizadas de emailing con Splio



Atribución

Análisis del rendimiento de las campañas para evaluar el rendimiento incremental

RECOPILOCIÓN



Identificación de clientes con ganas de viajar



El cliente se sitúa en el centro de las estrategias de marketing "**people-based**". La recopilación nos permite agrupar todas **las interacciones y datos generados alrededor del individuo** (*Site-centric, Ad-centric* y CRM: tarjeta de fidelización o similar).

Por lo tanto, el principio es **identificar** y **unificar** el *Customer Journeys* independientemente del dispositivo o del entorno del cliente.

¿Cómo califica Locasun una afinidad por un destino?

Al visitar un cliente (reconocido como activo) la página de producto de un alquiler, Locasun podrá **identificar su interés** por un destino, así como por un tipo de estancia: villa de lujo, apartamento, camping, etc.

Locasun podrá también **calificar la interacción** del usuario con el producto a un nivel extremadamente fino: tipo de equipamiento del alquiler que el cliente busca, distancia de la playa deseada, etc.



SEGMENTACIÓN



Audiencias por destino & tipo de vacaciones

Una **segmentación** permitirá agrupar a personas que tienen el **mismo comportamiento de navegación** y sobre todo el mismo tipo de interés.

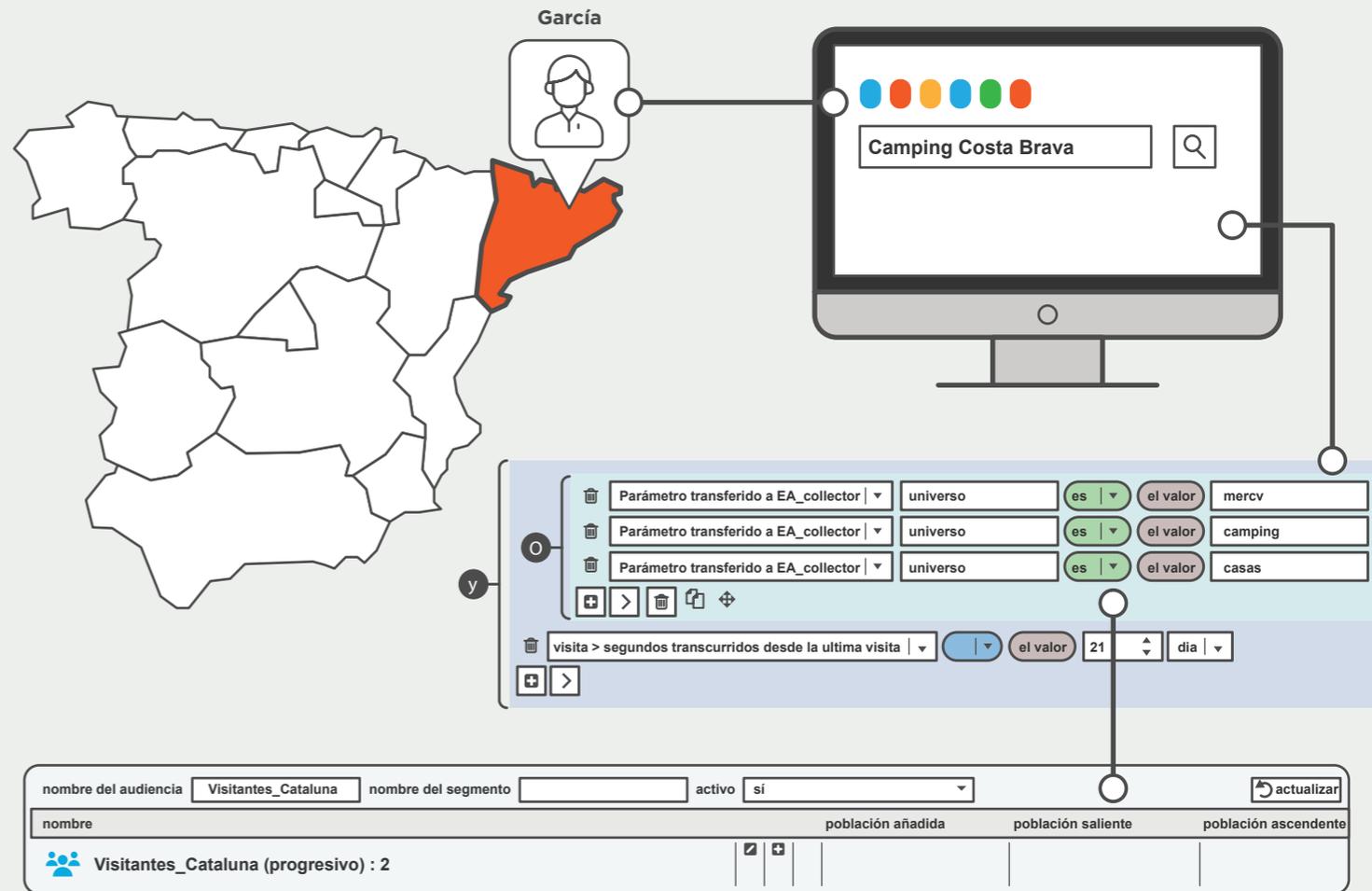
El motor de segmentación puede utilizar **cualquier tipo de datos** (medios, navegación, conversión o CRM).

Locasun será capaz de crear **audiencias basadas** en destinos específicos (pudiendo afinar por nivel: país, región, ciudad) y segmentos por tipo de vacaciones (camping, villa u otros). Por ejemplo: "Viaje a España" y un segmento Costa Brava / Camping 4*.

¿Cómo detectar clientes potenciales hot?

Identificar una afinidad está bien. Poder calificar el nivel de compromiso (o de probabilidad real de que el internauta se marche de viaje), está incluso mejor.

Locasun podrá afinar la segmentación identificando **la frescura y la repetición** de las búsquedas de sus usuarios. Así, para el usuario García, podremos identificar cuántas veces ha repetido su búsqueda de camping en Cataluña durante los últimos 21 días. Si las muestras de sus ganas de viajar se repiten con frecuencia y son recientes, podremos suponer que la probabilidad de querer irse de viaje es realmente alta y así identificar a García como un cliente **potencial hot**.

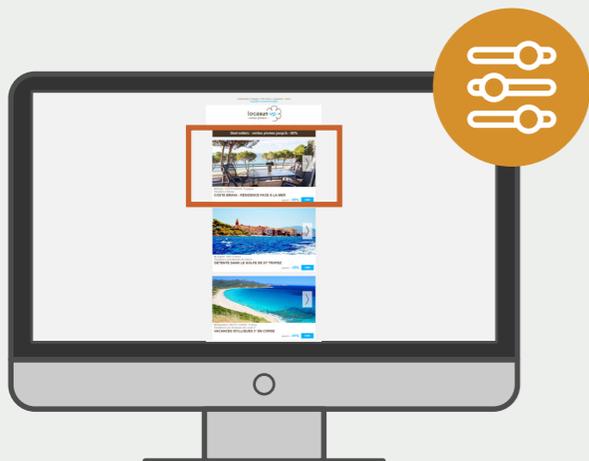


Emailings & SMS personalizados

Para una audiencia como “ESPAÑA > COSTA BRAVA > ACTIVA”, Locasun es capaz de llevar a cabo dos tipos de campañas:

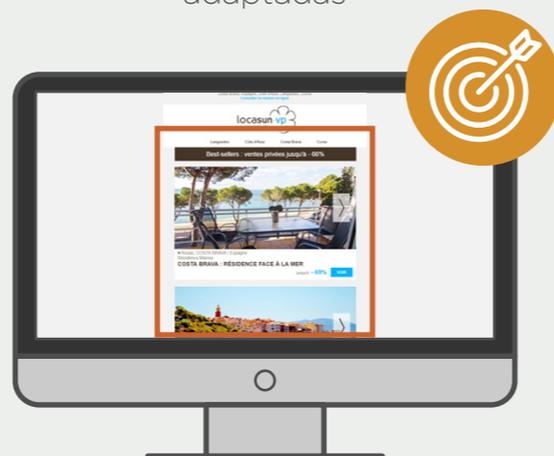
Personalizada

Solo una parte de la newsletter mostrará ofertas personalizadas



Específica

Se enviará un email exclusivo para promocionar las ofertas adaptadas

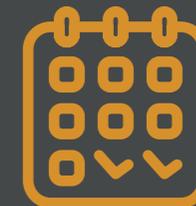


Tan pronto como el internauta entre (o salga) de un segmento, Eulerian podrá alertar a Splio, responsable de las campañas de emailing y push SMS de Locasun.

El abastecimiento de esta información puede hacerse:



En tiempo real
Mediante métodos *server-to-server* o javascript



Periódicamente
Mediante envío de un archivo CSV automatizado (*batch*) que refrescará los segmentos de Splio

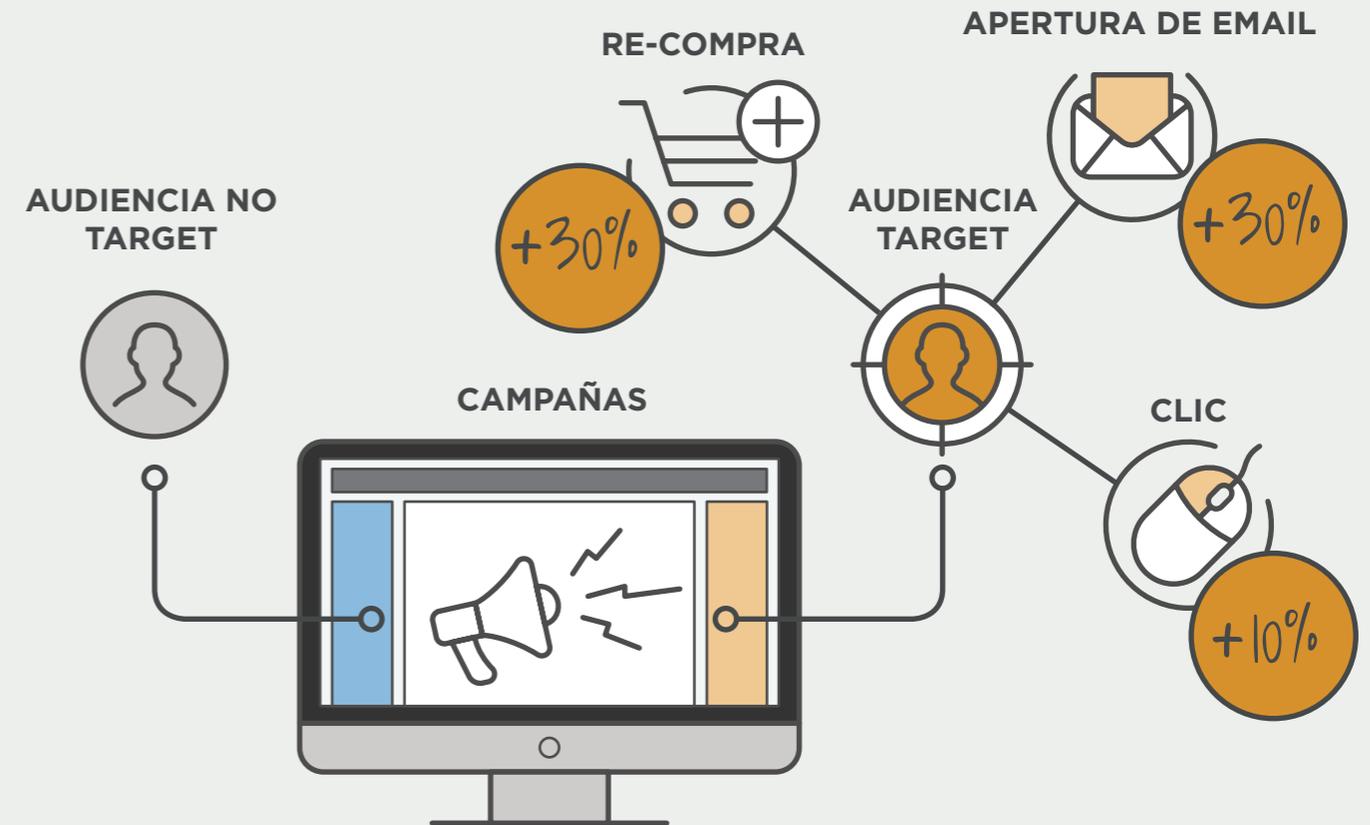
Aquí, Splio se abastece periódica y automáticamente gracias al envío regular de un batch, lo que representa un verdadero ahorro de tiempo para Locasun.



Análisis del rendimiento de las acciones

Gracias a un **análisis de atribución**, Locasun ha podido comparar **el rendimiento de las campañas** respecto a las acciones llevadas a cabo anteriormente sin haber realizado un targeting preciso.

Gracias a las métricas adaptadas, la agencia de viajes ha podido destacar:



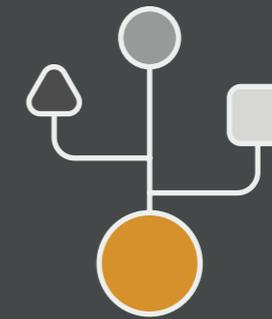
CONDICIONES PARA QUE EL USE CASE FUNCIONE

Ahora tienes todas las cartas en tus manos para llevar a cabo este use case... ¡o casi! Te damos **unos cuantos comodines** para guardarte bajo la manga.



Trabaja tu datalayer

La integración de un datalayer con las variables apropiadas te permitirá calificar la calidad de los usuarios y su interés por un destino preciso y un tipo específico de vacaciones.



Equilibra tu segmentación

Encuentra el equilibrio adecuado en términos de calidad y cantidad. Una segmentación demasiado precisa, que tiene como resultado campañas a grupos de población demasiado reducidos, pierde todo su sentido. Será imposible sacar conclusiones claras.



Gestiona la presencia en medios

Es imprescindible definir la frecuencia de envío de tus campañas. La gestión del capping es esencial para que la relación con cada uno de tus clientes pueda evolucionar adecuadamente.



AGRADECIMIENTOS



Un agradecimiento especial a Matthieu Georget - Director de Marketing de Locasun



Eulerian -
Calle Augusto Figueroa, 17
28004 Madrid, ESPAÑA
+34 918 67 55 03
www.eulerian.com



Splio Spain -
Carrer Pere IV, 51
08018 Barcelona, ESPAÑA
+34 93 356 91 68
www.splio.com