



# Data First Marketing + IA

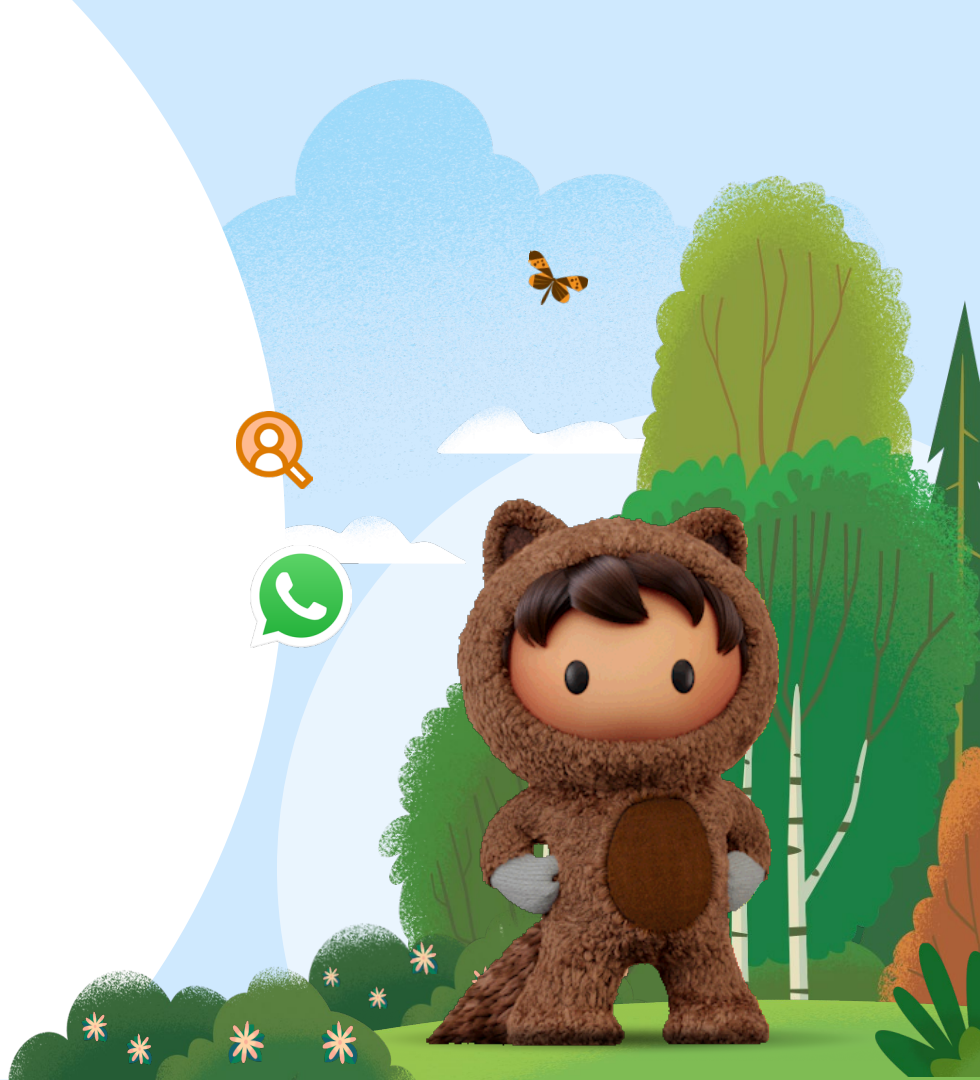
Automatización  
humanizada



**By Marina Nicola**

Vice Presidente de Marketing Cloud

[mnicola@salesforce.com](mailto:mnicola@salesforce.com)





# Agenda

- Tendencias
- Data First Marketing
- Mirada Salesforce Marketing Cloud + IA
- Automatización: Casos de Uso
- Invitación Especial



# Desafios & Tendências



# Éxito Ahora Para Los Marketers = Productividad, Eficiencia y Valor

salesforce



Presupuestos  
Estrictos



Reducción  
de Personal



¿Cómo puedo aumentar la  
**eficiencia**?

¿Cómo puedo **reducir los costes**  
**de adquisición**?

¿Cómo desbloqueo **valor con**  
**datos**?

# Pero, Los Marketers Están Más Desconectados que Nunca de Los Clientes.

Los Marketers

Los Clientes

Las Expectativas en Tiempo Real

Datos Fragmentados

Un Futuro Sin Cookies

33%

de los especialistas en marketing está totalmente satisfecho con su capacidad de crear experiencias más relevantes con los datos de los clientes.

86%

de los clientes afirma que la experiencia que brinda una compañía es tan importante como su producto o sus servicios.

Explosión de Datos

1 in 3

Salesforce State of the Connected Customer 2022



# State of Marketing

## IN CHILE



### Top 3 Priorities

- 1 Experimenting with new marketing strategies / tactics
- 2 Improving our use of tools and technologies
- 3 Modernizing tools and technologies

### Top 3 Challenges

- 1 Resistance to new marketing strategies / tactics
- 2 Ineffective use of tools and technologies
- 3 Engaging with customers in real time

### Top 3 Actions Taken to Prepare for Privacy Changes

- 1 Investing in new technologies
- 2 Creating second-party data-sharing agreements
- 3 Creating a first-party data strategy

### Channels with the Biggest Increases in Use

- 1 Mobile messaging
- 2 Audio
- 3 Digital content

### Average Number of Data Sources Used



5

2021



6

2022



10

2023

### Marketers that say their organization leads customer experience initiatives across the business

82%

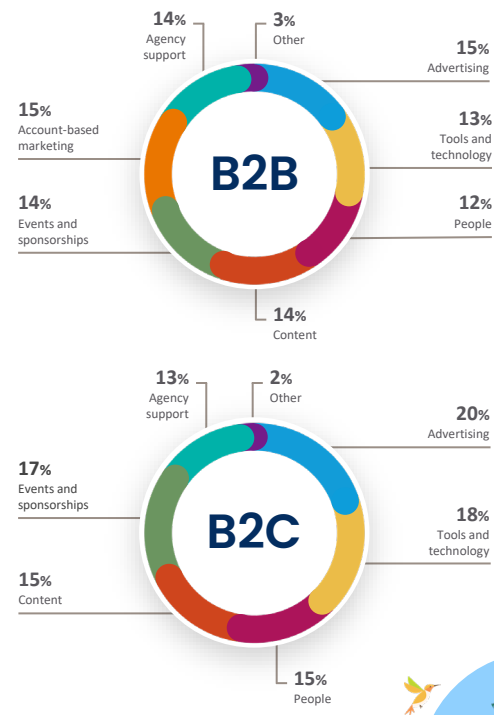
### Marketers that say they can analyze marketing performance in real time

69%

### Marketers that say unifying customer data sources is a challenge

22%

### Latin America Marketing Budget Allocations

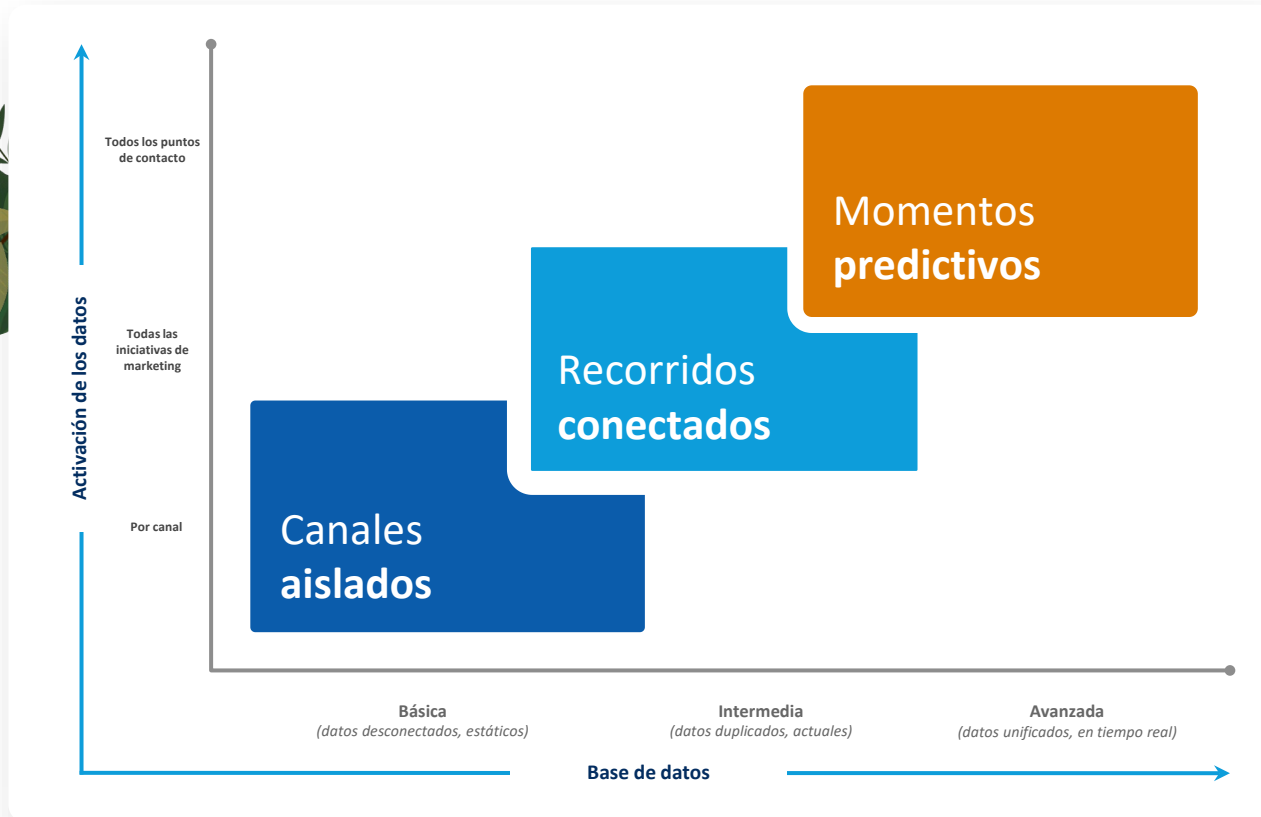


# Data First Marketing





# Por Eso, Creamos Un Modelo Adecuado Para la Madurez de Cada Momento





# Cómo Lograr el Éxito Ahora



# Salesforce Marketing Cloud



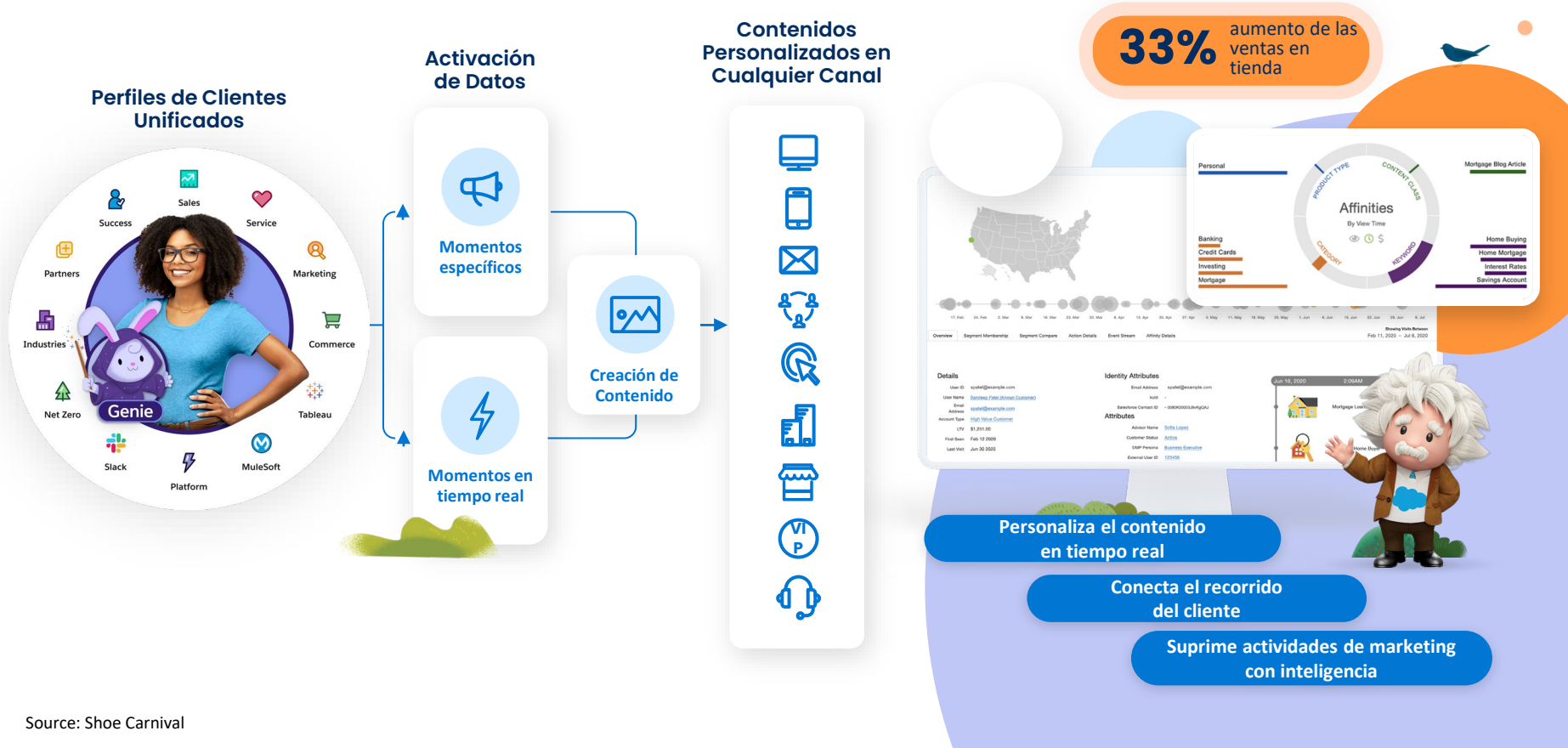


# Marketing Cloud 360



- Customer Data Platform
- Real-Time Interaction Management
- Multi-Channel Journey Management
- Account-Based Marketing
- Email Marketing
- Digital Advertising
- Loyalty
- Analytics

# Automatizar Cada Interacción en Todos Los Canales



# Automatizacion: Casos de Uso



# Journey de clientes

Humanizando momentos con  
clientes & Leads





# Enrollment Welcome

Version 1

Patient has enrolled with Makana Health

Status: Running



New Version

Stop

Journey Plan Duration 4 weeks

Show ☒ Labels ☒ Total Population ☐ Goal Metrics

## AUDIENCE



NAME  
Enrollment Welcome

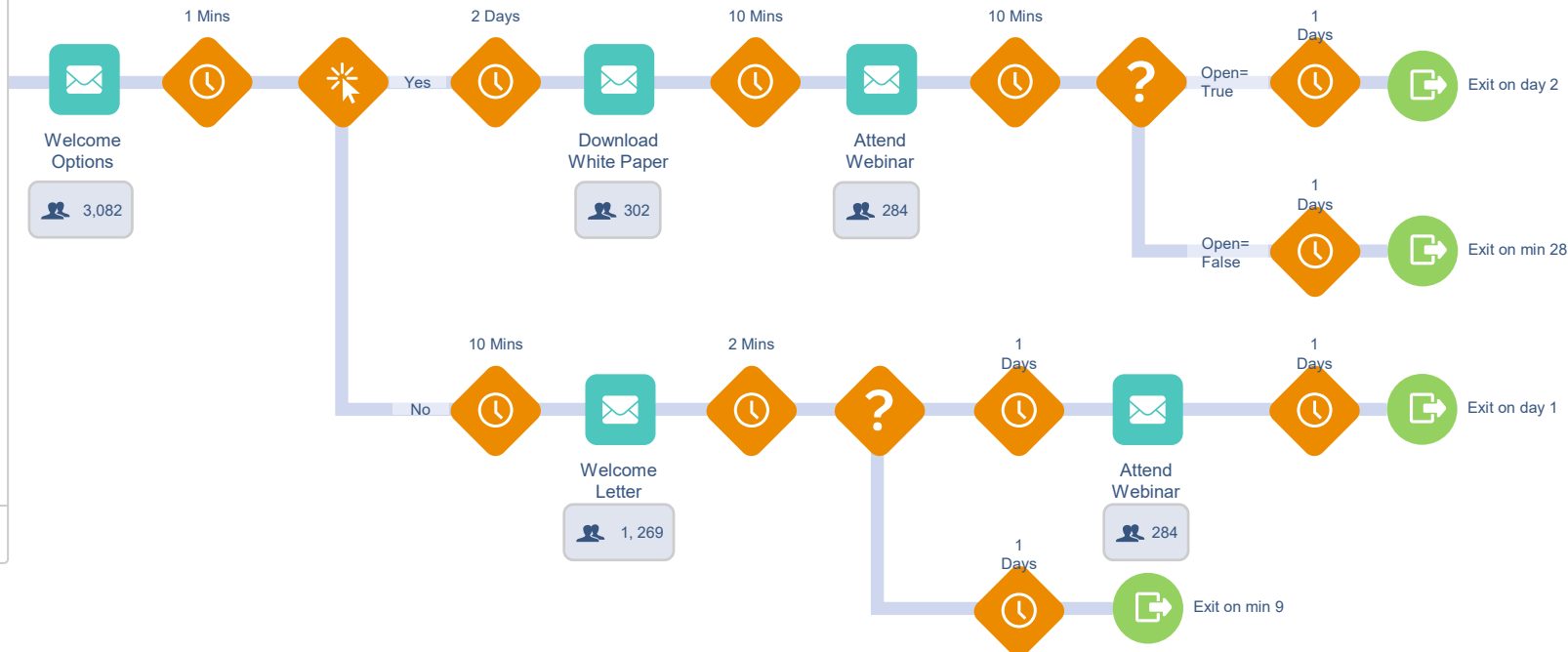
DESCRIPTION  
Customer has enrolled one day ago

ENTRY  
New Enrollment

FREQUENCY  
Hourly

REPEAT EVERY  
1

[View Event Results](#)





## < Abandoned Cart

Version 1

Registered contacts who have abandoned items in their shopping cart one day earlier

Status: Running



New Version

Stop

Journey Plan Duration 4 weeks

Show ☒ Labels ☒ Total Population ☐ Goal Metrics

### PREDICTIVE INTELLIGENCE



NAME  
Abandoned Cart

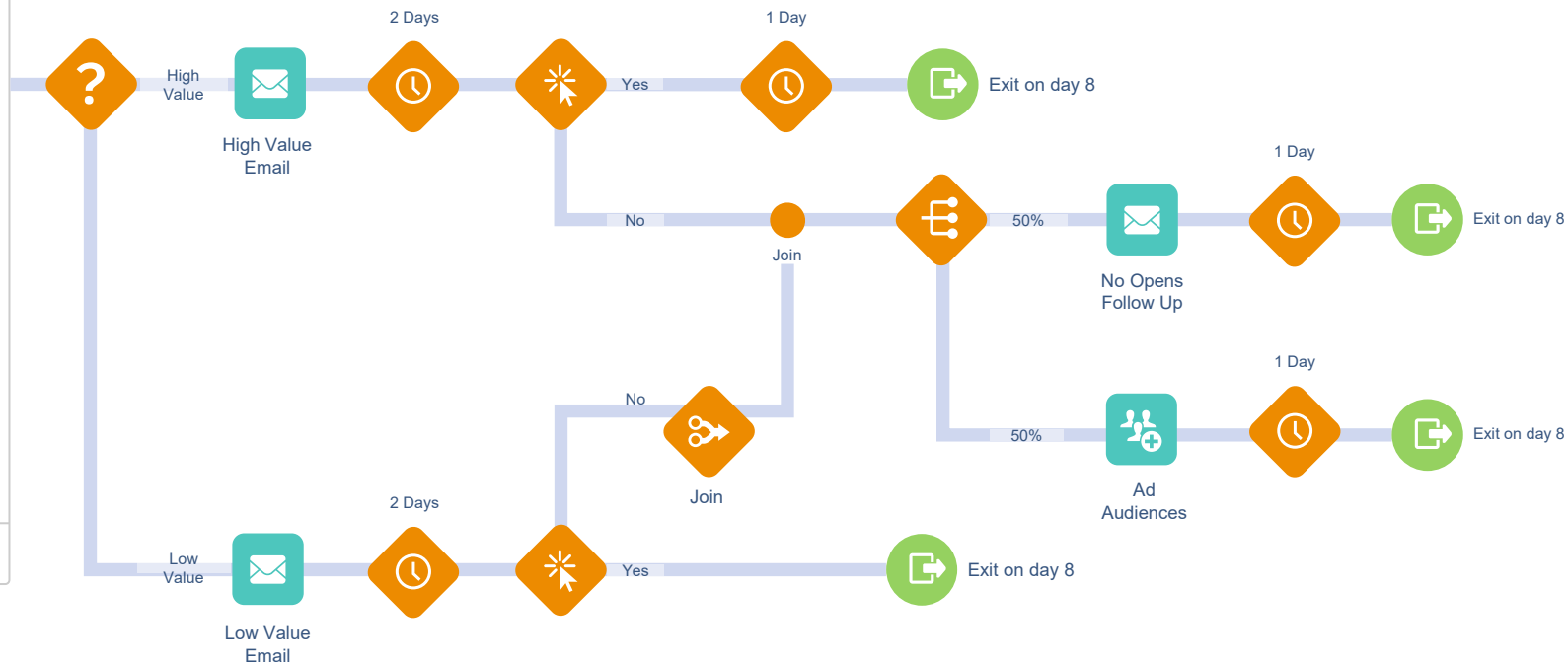
DESCRIPTION  
Registered contacts who have abandoned items in their shopping cart one day earlier

ENTRY AUDIENCE  
Abandoned Cart

FREQUENCY  
Daily

REPEAT EVERY  
1

[View Event Results](#)



# IA for Marketing

Casos de Uso Automatizaciones  
Hiperpersonalizadas



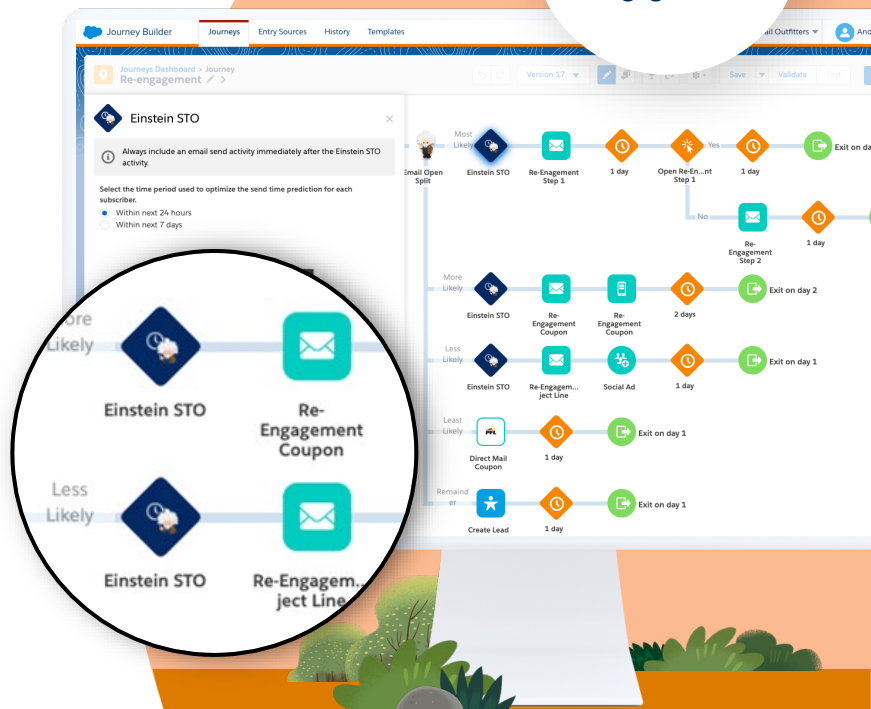
# Einstein Send Time Optimization

Envia mensajes en el momento adecuado para cada cliente

Entrega mensajes en los términos del cliente

- Predecir el mejor momento para aumentar la interacción
- Ganale a competencia contra la bandeja de entrada
- Capta la atención de los clientes enviando mensajes en el momento oportuno
- Automatize los envíos para ahorrar tiempo
- Reemplace las consultas Query manuales por acciones de un solo click

**5%**  
Lift in  
engagement





# Einstein Engagement Frequency

Envía la cantidad correcta de mensajes

Coincide con el deseo de los clientes para aumentar la cantidad de mensajes

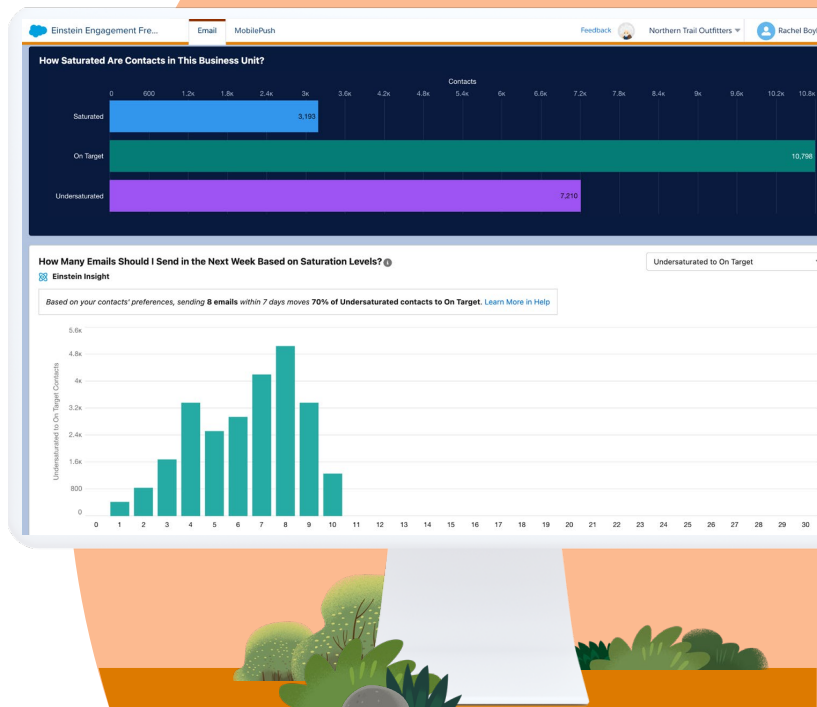
- Gestiona tus objetivos de frecuencia de envío a nivel de contacto.

Automatice la frecuencia de envíos por segmentos de audiencias

- Pon en la mira el segmento de audiencias y colócalos dentro de una actividad de Split en el Journey

Pronosticar el comportamiento de interacción de los clientes en función de la frecuencia de envíos.

- Analice los niveles de saturación y recomendaciones de frecuencia de envío con la ayuda de What-IF



# Email Studio

Email Interactive





# Email Interactivo

Cambia radicalmente la forma en que la gente interactúa con el email

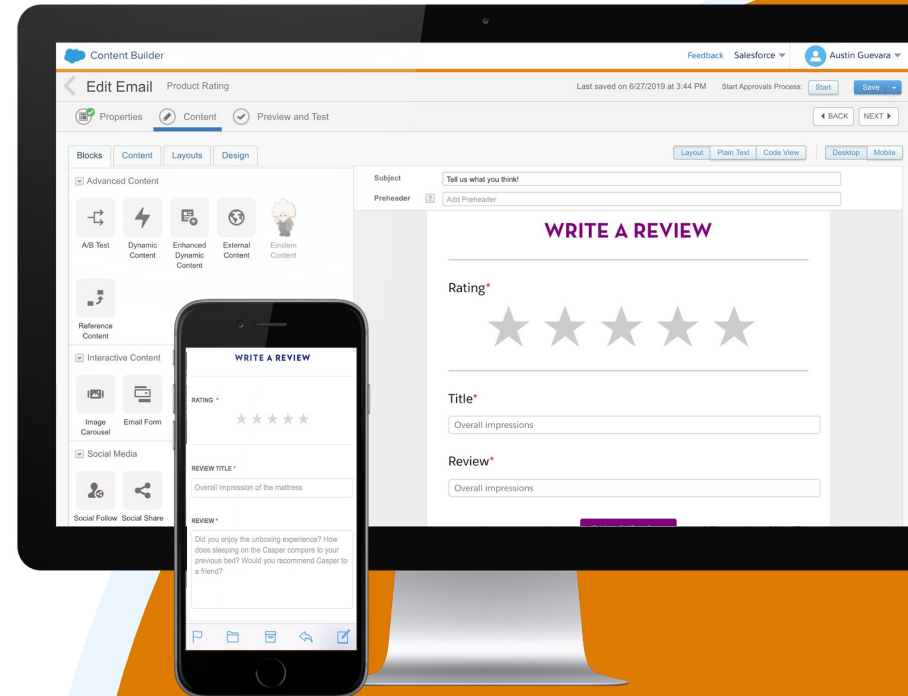


Recoge más datos de clientes

- o Reduzca la fricción incorporando reseñas, perfiles progresivos y formularios de leads dentro del email

Utilice los datos para impulsar la personalización

- o Responda con contenidos personalizados o inicie acciones en Sales y Service Cloud
- Potencie el engagement
  - o Permita que los usuarios accionen directamente en el inbox con contenidos interactivos atractivos.
- Obtenga resultados
  - o Aumente las reseñas, amplíe los perfiles de los clientes e impulse más acciones en el email.





# Perfiles Progresivos



## Qué?

Recoja preferencias o datos demográficos, como el nombre, la fecha de nacimiento, las preferencias de productos, los intereses, etc.

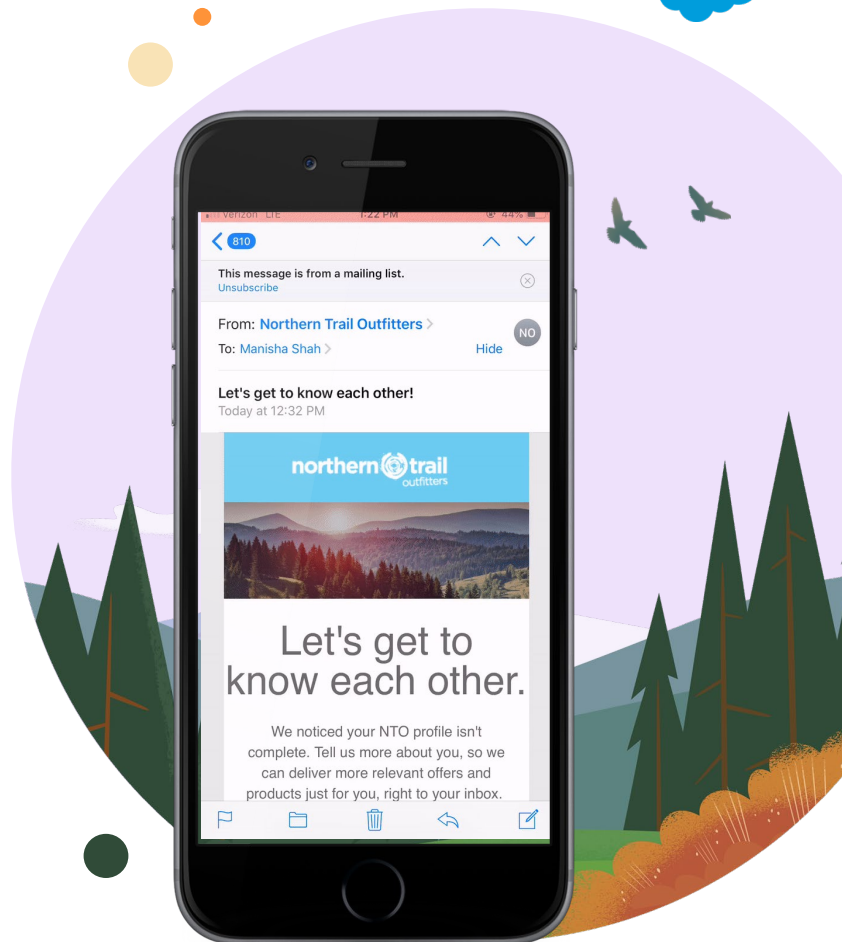
## Cómo?

Puede incluirlo en un email de onboarding para clientes nuevos o hacer un envío para que clientes existentes actualicen sus preferencias.

## Por qué?

Mejore los índices de completitud de perfiles de clientes.

Utilice los datos específicos del cliente para impulsar la personalización en todos los canales



# Formulario de clientes potenciales

## Qué?

Capture información adicional sobre los clientes potenciales y actualice su CRM

## Cómo?

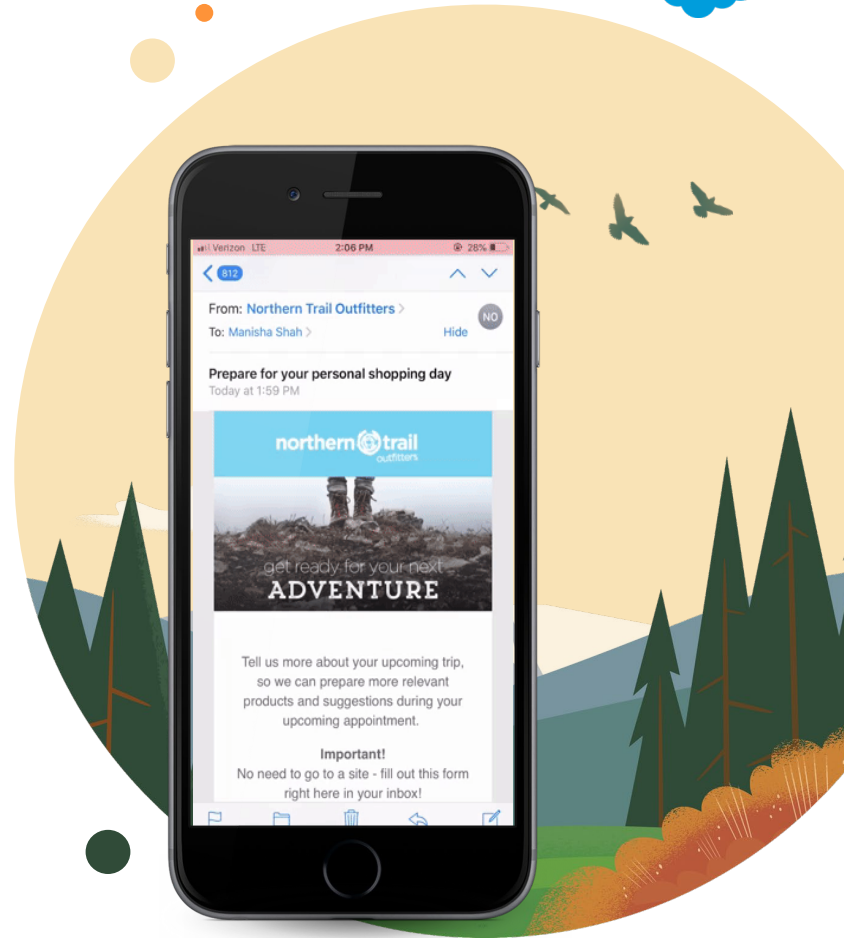
Perfecto para cualquier lugar en el que se esté recopilando información sobre clientes potenciales

El seguimiento de una conversación

## Por qué?

Aproveche los datos adicionales para hacer que la experiencia sea más personalizada y que sus clientes potenciales sean más accionables

salesforce



# Mejora la experiencia del cliente a través de la conveniencia

**Category:** Marketing **Objetivo:** Relación

## Use case

Envía archivos PDF con confirmación de compra y vouchers.  
Interactúa con tus clientes en un recorrido sin interrupciones al guiar la conversación con botones.

## Estrategía

Dirige a los clientes que no tienen la aplicación móvil o que no están familiarizados con el sitio web a través de la jornada de uso de tu producto. Ofrece una experiencia única para compras de alto valor, fomentando la lealtad.



# Incrementa las tasas de adopción de tu producto o servicio durante la incorporación

**Category:** Utility **Objetivo:** Relación

## Use case

Envía vídeos explicativos de bienvenida y guía a tus clientes en los siguientes pasos

## Estrategía

Proporciona información relevante en un formato cotidiano y cultural. Distingúete de otros competidores en el mismo mercado al hablar el idioma de tu cliente: WhatsApp. Dirige mensajes únicamente a clientes sin tu aplicación a través de Marketing Cloud.



salesforce



# Mejora la experiencia del cliente a través de la conveniencia

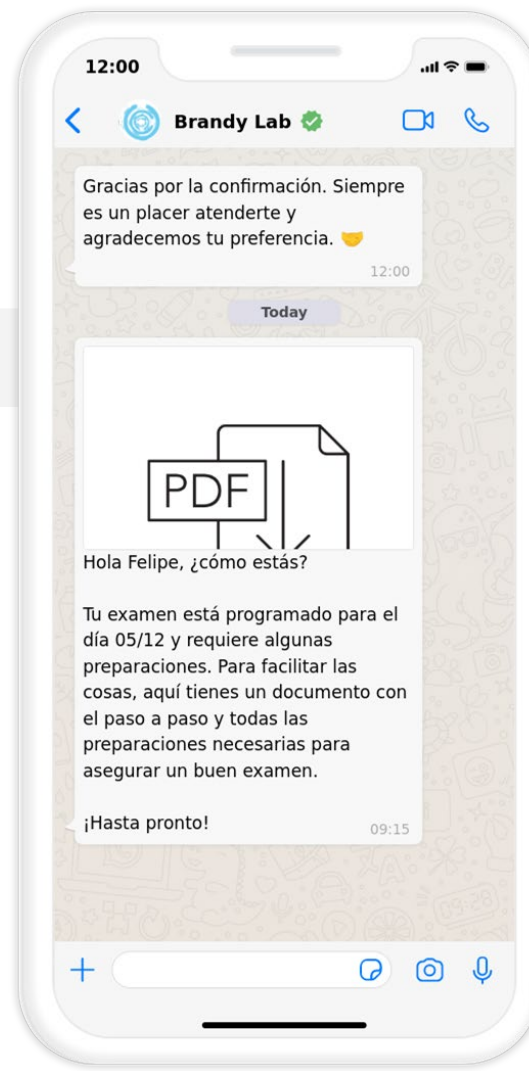
**Category:** Utility **Objetivo:** Relación

## Use case

Envía archivos PDF y documentos con instrucciones para la prestación de servicios o experiencias. Mejora y sorprende a tus clientes en momentos importantes de interacción con tu marca o empresa

## Estrategia

Asegura un recorrido sin problemas para tus servicios o productos. Si es necesario, segmenta únicamente para nuevos clientes



# Invitación Especial - Webinar

Marketing GPT - Libre y  
gratuita

31 de agosto,  
12pm

