

Segmentación RFM

No todos sus clientes son iguales

¿Cómo?

- 1 Definiendo los objetivos de negocio y sus alcances.
- 2 Construyendo la base de datos de clientes y sus transacciones.
- 3 Creando las variables básicas para la segmentación.
- 4 Segmentando la cartera para encontrar los distintos segmentos.

Principales Resultados

- **Identificar diferentes tipos de clientes** dentro de la base de datos.
- **Descubrir y cuantificar** los mejores clientes de la cartera (Heavy Consumers).
- **Lograr direccionar recursos escasos** a planes jerarquizados.
- **Evitar disparar a la “bandada”**, entregando precisión a su comunicación con clientes.
- **Sentar las bases para futuros planes de relacionamiento** que permitirán crear lealtad.

Segmentación RFM le permite distinguir a sus clientes según 3 variables clave para destinar sus recursos a planes jerarquizados.

- **Recencia** o cantidad de tiempo que ha pasado desde su última compra.
- **Frecuencia** o cantidad de veces que el cliente ha comprado.
- **Monto de la compra** en términos monetarios, que expresa la cantidad de dinero que el cliente ha invertido en la marca. Considerando que se tienen estas 3 variables, se pueden formar 8 grupos de clientes. Estos grupos sentarán las bases para empezar a relacionarse con sus clientes a través de planes de marketing diferenciados.

Testimonio de Cliente

“Hemos desarrollado importantes sistemas de información y captura de datos, lo que nos ha permitido generar una estructura de trabajo que Publimail Enaxxion nos ha ayudado a explotar muy bien, extrayendo el conocimiento oculto que reside en las transacciones de nuestros clientes”. Esteban Halcartegaray, Gerente Comercial de Guante.

publimail
enaxxion
Soluciones para Marketing Relacional

www.publimail.com



publmail
enaxxion
Soluciones para Marketing Relacional

- Marketing Directo Integrado
- Datamining: Inteligencia y Gestión de Clientes
- Televentas
- Leads de Negocios
- Eventing
- Telemensajes
- Servicio Atención al Cliente
- DataLine
- Promologic: Gestión de Logística Promocional