



## Contexto Competitivo

En el mundo actual de datos y análisis, las organizaciones tienen la oportunidad de obtener una visión sin precedentes de sus clientes, sus decisiones y la forma en que interactúan con la organización. Las empresas pueden aprovechar el crecimiento exponencial de datos que está a su alcance, para perfeccionar todos los aspectos de la estrategia de clientes, desde el diseño del producto hasta una cultura centrada en el cliente.

Para esto es crítico tomar conciencia de la importancia de comprender las necesidades cambiantes de los clientes para capturar las oportunidades de crecimiento más valiosas, junto con la capacidad para crear una vista 360 del cliente, comprender la demanda del mercado y analizar cómo la marca influye en las decisiones de compra.

## Desafío

La necesidad de adaptación que requería Colloky al entorno contradictorio del año 2020 en medio de la pandemia, determinó una estrategia fresca para centrarse en el cliente e impulsar una cultura Data-Driven.

Para esto se requería desarrollar un sistema ágil y automatizado de comunicaciones con los clientes, sobre la base de una estrategia Data-Driven. A continuación, lograr que sus equipos pudieran establecer un mayor número de cuestionamientos en torno al comportamiento del cliente, estableciendo hipótesis y comprobaciones mediante experimentos. Con lo anterior, mejorar el calce con su demanda, optimizando el valor de vida del cliente.

## Solución: Customer Insight

Comprensión del comportamiento del cliente mediante la integración de datos transaccionales, satisfacción y engagement, aumentando la capacidad de procesar estos datos para comprometer a los clientes.

Orquestación de campañas para planificar, organizar y ejecutar iniciativas de comunicaciones automatizadas por evento, para optimizar la conversión.

Predecir los comportamientos futuros y las preferencias de los clientes, descubriendo las verdaderas motivaciones que influyen en la decisión de compra.



# Caso de Éxito Colloky



by CustomerTrigger

Inspírese en cómo Colloky logró transformar datos de sus clientes en perspectivas de valor, para mejorar el calce de su oferta, orquestando sus contenidos y mejorando la experiencia de compra.

## Resultados

- Retorno sobre inversión de 570% en sólo 6 meses.
- Más de 25 iniciativas de Customer Centric en 5 meses, que generaron 60 hipótesis en torno al comportamiento del cliente.
- Modelos de propensión que aseguraron el 25% de los ingresos incrementales, por la migración de clientes de tiendas físicas a digital, asunto crítico con restricciones de movilidad.

"El valor de CustomerTrigger no lo medimos en los números, si no en la capacidad de su equipo para conectarnos con el comportamiento de nuestros clientes."

Felix Luhrs | Gerente General Colgram.

Piezas HTML "full responsive" que habilitan diálogos automatizados multi-wave, segmentados por etapa de crecimiento y propensión de compra.

