



# CROSSMEDIA

## COMUNICACIÓN MULTICANAL

**CAMPAÑA DE  
COMUNICACIÓN**  
EN LA QUE SE UTILIZAN LOS  
SIGUIENTES ELEMENTOS:

impresos personalizados, SMS personalizados,  
sitios Web personalizadas para cada cliente (PURL),  
boletines de noticias personalizados (newsletter),  
redes sociales, códigos QR...

**GRAFILUR**

# CROSSMEDIA

comunicación multicanal

## ¿Cómo funciona?

- a. A partir de la base de datos de la empresa se realizará un estudio de las necesidades de comunicación. Se elegirán unos grupos de clientes (segmentación) y se determinarán los canales multimedia más adecuados.
- b. A continuación, se hace el diseño de los elementos: impresos, SMS, URL personalizadas, newsletter, mensajes en redes sociales...
- c. Se desarrolla la campaña
- d. Los resultados de la campaña se pueden visualizar al momento en forma de gráficas y esquemas, que muestran con claridad el cumplimiento de los objetivos y el retorno de la inversión (ROI)

**¿Tiene una base de datos de sus clientes? ¿Está actualizada? ¿Le gustaría actualizarla, refinarla y ampliarla?**

**¿Ha pensado en los beneficios de realizar una encuesta personalizada a sus clientes?**

**¿Estaría interesado en una campaña de comunicación multicanal que le permitiera aumentar la lista de clientes interesados en sus productos?**

**¿Sabe lo que es una campaña de comunicación viral? (un cliente recomienda su producto a un amigo o conocido a cambio de una contraprestación: descuento, regalo, invitación... y se incorpora a nuestra base de datos)**

**¿Le gustaría conocer el impacto de su campaña en tiempo real? Por ejemplo, n.º de SMS aceptados y rechazados, entradas a las páginas web personalizadas, recomendaciones a clientes nuevos...**

**¿Le interesaría saber al momento el aprovechamiento de lo invertido en una campaña de comunicación, es decir, el ROI o retorno de la inversión?**

### SOLUCIONES

El diseño y ejecución de campañas multicanal pueden servir para:

- A. Contactar con clientes de nuestra base de datos:
  - Encuestas de satisfacción general o sobre un determinado servicio
  - Ofertas de nuevos productos
- B. Realizar campañas de promoción a nuevos clientes:
  - Presentación de la empresa
  - Oferta de algún producto en particular
- C. Conseguir nuevos contactos a través de clientes habituales que recomienden la empresa a amigos o conocidos, a cambio de un incentivo: descuentos, servicios gratis, ítem promocional... Es lo que se llama una campaña viral.