



Profundiza más

Recurso de Profundización

Guía Práctica para Diseñar una Estrategia de Experiencia del Cliente B2B con IA

Introducción:

La experiencia del cliente (CX) en el entorno B2B requiere un enfoque diferenciado del B2C. Las relaciones son más complejas y los ciclos de venta más largos. La IA puede transformar la CX B2B al mejorar la personalización, la eficiencia y la construcción de relaciones a largo plazo. Esta guía proporciona un marco práctico para diseñar e implementar una estrategia de CX B2B con IA, enfocada en la construcción de relaciones sólidas y duraderas.

Paso 1: Entendiendo al Cliente B2B

- **Mapeo del proceso de compra B2B:** El cliente B2B suele tener procesos de compra más complejos, que involucran a varios tomadores de decisiones.
- Utiliza esta guía para mapear el proceso de compra “[B2B Buyer Journey in 2024: Navigating the Path to Purchase Decisions](#)”
- **Identificación de los puntos de contacto (*touchpoints*):** Define los puntos de contacto a lo largo del proceso de compra B2B. (Consulta esta guía: “[BlogsB2B Customer Journey: Stages, Map, Templates and Examples](#)”)
- **Identificación de los *stakeholders*:** Define los roles de los diferentes actores dentro de la empresa cliente que intervienen en el proceso de compra ([5 Important Elements of Stakeholder Mapping in B2B Sale](#))
- **Necesidades específicas:** Comprende las necesidades y desafíos específicos de cada cliente y sus industrias.
 - **Análisis de acciones, pensamientos y emociones:** Para profundizar en cómo mapear las emociones y acciones del cliente B2B, este artículo puede ser útil: “[How to Meet the Emotional Needs of B2B Buyers](#)”.
- **Plantilla de perfil de cliente B2B:** (Se anexa una plantilla para perfilar los clientes B2B): [Plantilla de perfil de cliente B2B](#)
 - Tamaño de la empresa
 - Industria
 - Necesidades y puntos débiles
 - Tomadores de decisión (roles, jerarquía)
 - Etapas del ciclo de compra
- **Ejemplo:** Un cliente B2B de software requiere entender cómo la solución se integrará con su infraestructura existente, los beneficios específicos para diferentes departamentos y los términos de soporte y mantenimiento.

Paso 2: Definición de Objetivos de CX B2B (SMART)

- **Objetivos de CX (SMART):**



Profundiza más

- o **Fidelización:** Aumentar la retención de clientes y fomentar la recompra.
- o **Relaciones a largo plazo:** Construir relaciones basadas en la confianza y el valor compartido.
- o **Eficiencia:** Optimizar el proceso de venta y el servicio al cliente.
 - ♣ **Para una guía detallada sobre cómo formular objetivos SMART para CX en B2B, consulta estos recursos:**
 - ♣ [Guía definitiva sobre la experiencia del cliente B2B](#)
 - ♣ [How to define Smart marketing objectives](#)
- o **Ejemplos de Objetivos SMART:**
 - ♣ Aumentar la tasa de renovación de contratos en un 10% en los próximos 12 meses.
 - ♣ Reducir el tiempo de respuesta a las consultas del cliente en un 20% en el próximo trimestre.
 - ♣ Mejorar la satisfacción del cliente con el proceso de onboarding en un 15% en 6 meses.
 - ♣ Incrementar el número de referencias de clientes en un 8% en el próximo año.
 - ♣ Aumentar la puntuación del NPS en el segmento de clientes estratégicos en un 5% en el próximo semestre.

Paso 3: Implementación de IA en la experiencia del cliente B2B

- **CRM Inteligente:** Utilizar IA para gestionar y analizar los datos de clientes, identificar oportunidades de venta cruzada y upselling, y mejorar la segmentación de clientes. (Ver ejemplo de CRM Inteligente: [Salesforce Artificial Intelligence](#), (adaptado de Srivastava, R. K., Shervani, T. A., & Fahey, L. (1998)).
- **Lead scoring predictivo:** Usar IA para identificar los leads más calificados y priorizarlos para el equipo de ventas. (Ver ejemplo de Lead Scoring Predictivo: [Sales Intelligence and Engagement | Adobe Marketo Engage](#))
- **Personalización de contenido:** Ofrecer contenido relevante a cada cliente, basado en su perfil e intereses (Ver [A complete guide to B2B personalization \(+ examples\)](#))

Plataforma de engagement: Ofrecer un espacio personalizado donde los clientes puedan acceder a recursos, soporte y actualizaciones relevantes. (Ver [Top 12 Customer Engagement Platforms Built for Enterprises to Deleight Customers...](#))

Ejemplo: Una empresa de consultoría utiliza IA para predecir las necesidades de sus clientes, ofrecerles propuestas personalizadas, un portal con recursos y seguimiento personalizado.

Paso 4: Comunicación y colaboración

- **Comunicación proactiva:** Anticipa las necesidades del cliente y ofrece soluciones de forma proactiva.
- **Canales de comunicación:** Utiliza los canales de comunicación preferidos por cada cliente.
- **Colaboración:** Crea espacios de colaboración para que el cliente se sienta involucrado en la relación.



Profundiza más

- **Ejemplo:** Enviar actualizaciones periódicas sobre el progreso de los proyectos, realizar reuniones online para resolver dudas, crear un grupo de colaboración online.

Paso 5: Métricas y monitorización

- **Métricas de éxito:**
 - **Tasa de Retención:** $(\text{Clientes al final del período} - \text{Nuevos clientes en el período}) / \text{Clientes al inicio del período} * 100$
 - **Valor de Vida del Cliente (CLV):** Valor promedio de compra * Frecuencia de compra * Vida media del cliente
 - **Satisfacción del Cliente (CSAT):** $(\text{Total de puntuaciones positivas} / \text{Total de respuestas}) * 100$
 - **Tasa de conversión de leads:** $(\text{Número de leads convertidos en clientes} / \text{Número total de leads}) * 100$
 - **Net Promoter Score (NPS):** % Promotores - % Detractores
- **Herramientas de seguimiento:** Utilizar herramientas CRM como Salesforce, Microsoft Dynamics 365, o HubSpot CRM y otras plataformas de análisis de datos para monitorizar las métricas y el desempeño del cliente.
- **Análisis de los resultados:** Identificar áreas de mejora y adaptar la estrategia según los resultados.

Paso 6: Ética y Privacidad en B2B

- **Confidencialidad:** Proteger la información confidencial del cliente.
- **Transparencia:** Informar al cliente sobre cómo se utilizan sus datos.
- **Relaciones de confianza:** Construir relaciones basadas en la honestidad y la transparencia.
- **Ejemplo:** Firmar acuerdos de confidencialidad, informar al cliente sobre cómo se utilizan sus datos, ser transparente sobre el proceso de venta y el uso de IA.

Referencias (Formato APA 7ma edición):

- Grewal, D., & Roggeveen, A. L. (2007). An empirical investigation of personalization in a retail setting. *Journal of Retailing*, 83(1), 23-33. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.11.002>



Profundiza más

- HubSpot. (s.f.). *El mapa de empatía B2B: una guía para tu buyer persona.* <https://blog.hubspot.es/marketing/mapa-empatia-b2b>
- HubSpot. (s.f.). *Guía para Objetivos SMART en CX.* <https://blog.hubspot.es/service/objetivos-smart>
- Leadgrid. (s.f.). *Puntos de contacto B2B: ¿qué son y cómo mapearlos?* <https://www.leadgrid.com/blog/puntos-de-contacto-b2b-es/>
- Luz. (s.f.). *Cómo definir objetivos SMART para mi empresa.* <https://blog.luz.vc/es/blog/como-definir-objetivos-smart-para-mi-empresa/>
- LinkedIn. (s.f.). *Content Personalization for B2B Marketers.* <https://www.linkedin.com/business/marketing/blog/content-marketing/content-personalization-for-b2b-marketers>
- Marketo. (s.f.). *¿Qué es Lead Scoring?.* <https://www.marketo.com/latam/lead-management/lead-scoring/>
- Procesos de Venta. (s.f.). *Cómo mapear el proceso de compra B2B.* <https://www.procesosdeventa.com/mapear-el-proceso-de-compra-b2b/>
- Salesforce. (s.f.). *CRM para ventas.* <https://www.salesforce.com/mx/solutions/sales/crm/>
- Slideshare. (s.f.). *Plantilla Perfil del Cliente B2B.* <https://es.slideshare.net/VentasPro/plantilla-perfil-del-cliente-b2b>
- Snov.io. (s.f.). *Cómo establecer objetivos SMART para ventas B2B.* <https://www.snov.io/blog/es/como-establecer-objetivos-smart-para-ventas-b2b/>
- Srivastava, R. K., Shervani, T. A., & Fahey, L. (1998). Market-based assets and shareholder value: A framework for analysis. *Journal of Marketing*, 62(1), 2-18. <https://doi.org/10.1177/002224299806200102>
- Zendesk. (s.f.). *Ejemplos de Objetivos SMART para CX.* <https://www.zendesk.com/blog/objetivos-servicio-cliente/>
- Smart Insights Digital Marketing. (s.f.). *How to define SMART marketing objectives.* <https://www.smartinsights.com/goal-setting/define-smart-marketing-objectives/>
- Influencer Marketing Hub. (s.f.). *Top 12 Customer Engagement Platforms Built for Enterprises to Delight Customers...* <https://influencermarketinghub.com/customer-engagement-platforms/>
- Adobe Marketo Engage. (s.f.). *Sales Intelligence and Engagement.* <https://business.adobe.com/mx/products/marketo/sales-intelligence.html>
- Gartner (s.f.) *How to Meet the Emotional Needs of B2B Buyers* <https://www.gartner.com/en/sales/insights/b2b-buyer-emotions>