

EMRED presenta SALES manago la primera plataforma europea basada en Marketing Automation

El Marketing Automation es una tecnología innovadora que integra en una única plataforma todos los procesos de marketing para generar una demanda de mercado rápida y eficaz. SALES manago permite desde la segmentación de leads en función del comportamiento a la ejecución automática de procesos como el email marketing, entre otros, para aumentar las ventas y la fidelización de clientes.

La inversión en publicidad digital en España sigue en ascenso. Según Infoadex, en el primer semestre de este año se ha incrementado en un 7,9% respecto al mismo periodo del 2014, propiciado por el crecimiento de internet. La evolución de este medio ha cambiado los hábitos de los consumidores y a su vez ha dado lugar a nuevas soluciones como el Marketing Automation, que llegan al mercado para que las empresas puedan conectar con ese nuevo consumidor. Una de esas soluciones vienen de la mano de EMRED, empresa española de marketing digital especializada en Marketing Automation, que presenta SALES manago, la primera plataforma europea en la nube basada en el marketing automatizado y la sexta a nivel mundial.

Según los expertos, el 2015 es el año del despegue del Marketing Automation. Se trata de una tecnología innovadora que integra en una única plataforma el marketing convencional y digital automatizando todos los procesos derivados de una estrategia de marketing, desde la captación del cliente hasta la compra final, y generar así una demanda rápida y eficaz. “Emplea tácticas como la visión del cliente 360 grados, la segmentación, el lead nurturing, la gestión de campañas, entre otros, todo ello con el fin de aumentar las ventas, generar fidelización de clientes y dar valor añadido a los productos”, señala Mar Ojeda, directora general de EMRED.

La plataforma SALES manago es una potente herramienta de Marketing Automation y actualmente cuenta con más de 3.000 clientes en todo el mundo. Integra una suite de aplicaciones basadas en la automatización del marketing que permiten monitorizar a los contactos o visitantes web y saber cuál es su comportamiento en el site (dónde hacen clic, qué páginas y productos ha visitado y en cuáles está más interesado, si ha abierto o no un email, etc) para posteriormente segmentar y cualificar esos contactos aplicando el lead scoring. “Esto permite a los responsables de marketing conocer mejor el comportamiento de su público, en qué está interesado y centrarse en su audiencia potencial para enviar el contenido adecuado a la persona correcta en el momento preciso e incrementar así la conversión”, apunta Ojeda.

Basándose en toda esa información que recoge, el sistema permite ejecutar de manera automatizada acciones de E-Mail Marketing y Newsletters, contenido dinámico y personalizado (banners, textos, webs, formularios, landing pages, etc), Remarketing, campañas de SMS o VMS, etc. todo ello adaptado a los intereses de la audiencia. Según comenta la responsable de EMRED, “de esta manera si una persona ha visitado una web de zapatos se le envían contenidos relacionados, con el propósito

de conducir a ese posible cliente en un viaje guiado hasta hacer efectiva la venta de un producto o servicio y convertirlos en fieles embajadores de una marca.” Además, la plataforma proporciona en tiempo real información analizada y detallada sobre las conversiones y el ROI. “Nuestro objetivo es hacer crecer los negocios y, a fecha de hoy, conseguimos aumentar hasta un 400% las conversiones y que las empresas incrementen más de un 10% sus ingresos”, añade.

De esta manera, SALES manago, como solución de Marketing Automation, permite automatizar todos esos procesos y una tarea que suponía a los responsables de marketing muchas horas de trabajo, ahora se simplifica. “Permite así maximizar el tiempo para trabajar por ejemplo en próximas creatividades y campañas y a su vez se consigue reducir costes y optimizar presupuestos de las acciones publicitarias”, apunta Ojeda. Además, SALES manago puede integrarse con los sistemas de comercio electrónico más populares (Magento, Prestashop, entre otros), con CRMs (Salesforce, MS Dynamics, SAP Business One, Sugar CRM, etc.), sistemas de ERP y otros programas de marketing y ventas.

Las cifras acompañan a la eficacia de la aplicación del Marketing Automation en las estrategias de marketing y ventas de las empresas. Tal es así que según diversos estudios, el 63% de las compañías que aplican esta tecnología experimentan un crecimiento mayor que el de los competidores que no lo utilizan y el 75% de las compañías que lo usan comienzan a ver el ROI en solo 12 meses.

Datos de contacto:

Carlos Garcia

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>