

Estrategias de marketing b2b para la retención y recuperación de clientes después del COVID-19

Desde Marketers Group replantean las estrategias de marketing necesarias para recuperar y retener a los clientes después del coronavirus

Desde una perspectiva de marketing y gestión, las nuevas realidades económicas y sociales que brinda el coronavirus deja una sola opción: adaptarse rápidamente mediante nuevas estrategias de marketing.

Las estrategias a continuación son las mejores formas de lograr la retención y recuperación de clientes.

Marketing de contenido

El marketing de contenidos es una de las mejores formas de mantener el interés actual del cliente. No solo puede mantener la mente de su empresa, sino que también permite a sus compradores tomar mejores decisiones sobre sus servicios o productos. Existen cinco tipos de marketing de contenidos que se pueden utilizar para retener y restaurar clientes:

- Blogs: Leer cada mañana blogs de marketing y MarTech favoritos para ver las novedades. Cuanto mejores sean los blogs, más habilidades y conocimientos adquirirá, más respeto al vendedor y más probabilidades se tiene de volver a usarlos.

- Ebooks: Ofrece a los clientes poder dándoles material educativo en forma de libros blancos y libros electrónicos.

- Redes sociales: Publique regularmente sus blogs, seminarios web, nuevos productos y recomendaciones de clientes en su perfil de redes sociales. Nunca se sabe cuándo verán algo que los inspire.

- Vídeos: el video marketing es ideal para la retención y recuperación de clientes, y puede ser una estrategia de marketing B2B bastante innovadora si utilizas videos interactivos y de 360 ??grados. Cree versiones de video de sus blogs, videos explicativos y anuncios cortos para diferentes productos y servicios.

- Webinars: ayude a los clientes a usar su producto o aproveche su servicio de manera más efectiva con seminarios web educativos, entrevistas y preguntas y respuestas.

Automatización del marketing

Hasta ahora, el correo electrónico es una estrategia de marketing B2B bastante tradicional, es una estrategia antigua y buena. Esta es una excelente manera de mantener su mente y ayudar a su base de clientes existente a estar al tanto de los nuevos productos, ideas y ofertas/ ahorros de la compañía.

Los expertos en marketing ejecutados adecuadamente, en promedio, las actividades de marketing específicas han aumentado los ingresos en un promedio del 76%.

Algunos ejemplos de buen marketing por correo electrónico para la parte inferior del embudo incluyen:

- Newsletters mensuales
- Emails informativos del blog
- Notificaciones de Webinars
- Nuevo servicio que ofrece notificaciones
- Correo electrónico de agradecimiento y desarrollo cultural
- Anuncios de seminarios web y recordatorios
- Nuevos anuncios de libros electrónicos
- Correos electrónicos de presentación del personal

Es importante seguir una estrategia de marketing que contemple estas opciones para poder salir reforzado de esta situación. Constancia y conocimiento son claves para conseguir destacar. Actualmente cuentan con toda la información necesaria. Existen guías de marketing, webinars o cursos que pueden ayudar a ampliar las habilidades y conocimientos.

Datos de contacto:

Marketers Group
+34 652545753

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

Categorías: [Marketing E-Commerce Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>