

La captación de negocio y el crecimiento de las empresas dependerán del data y la automatización en 2023

La formación en tecnología de marketing, también llamada martech, es cada vez más necesaria y, por ello, el tejido productivo necesita incorporar a perfiles especializados que analicen datos, automaticen procesos y utilicen las herramientas necesarias para atraer y fidelizar clientes. El nuevo programa All-in-one de The Valley incluye la formación necesaria para obtener las certificaciones de Salesforce, una herramienta de CRM clave y cada día más utilizada

El uso de un CRM y tener una estrategia de automatización es imprescindible para analizar, interpretar y lanzar acciones eficaces. Y de esto los departamentos de marketing cada vez están siendo más conscientes. Por este motivo, también es más necesario que nunca incorporar perfiles con habilidades techie y que sean capaces de utilizar nuevas tecnologías que saquen el máximo rendimiento a lo que aportan los CRM e implantar nuevas herramientas enfocadas a aumentar negocio, para lo que es fundamental la formación en tecnología de marketing -martech-.

Para ello, las empresas han comenzado a buscar profesionales que, además de ser creativos y estrategas, conozcan el uso de estas nuevas herramientas de CRM que aportan un mayor conocimiento sobre la efectividad de las acciones y la consecución de una mayor rentabilidad de las inversiones, gracias a su capacidad para medir los resultados y aplicar soluciones integradas que dan una visión generalizada del negocio y que ayudan a alinear a todos los equipos para conseguir los objetivos.

Los CRM también adquieren una relevancia importante en relación con la atención al cliente, ya que permiten ofrecer un servicio personalizado y segmentar las comunicaciones gracias a la recogida de datos y la clasificación de estos, lo que da la oportunidad de ofrecer una atención de calidad y conseguir la fidelización de los clientes. En este sentido, los profesionales deben conocer en profundidad herramientas como Salesforce y contar con los certificados que la misma solución ofrece y que cada vez se integran es más formaciones de marketing digital, que se están renovando e incorporando en sus programas este tipo de certificaciones como respuesta a las necesidades de las compañías.

Las tecnologías enfocadas al marketing son las que han dado lugar a estos nuevos perfiles especializados, y, en consecuencia, son los más demandados. Así, el nuevo Máster All-In-One Digital Marketing, nace con una visión "formar expertos con una sólida visión estratégica y el conocimiento de las tecnologías y herramientas claves para optimizar los recursos de las empresas y mejorar la toma de decisiones", tal y como afirma Elena Baños, Innovation Project Manager de The Valley.

Es por eso por lo que, durante el próximo año, los perfiles más demandados dentro de los departamentos de marketing serán aquellos que sepan sacar el máximo rendimiento del uso de

herramientas como los softwares de CRM y de las nuevas tecnologías como la automatización y el data, entre los que destacan:

Digital Analyst. Las empresas necesitan contar con analistas de datos que sean capaces de centrar los esfuerzos en las estrategias y acciones que objetivamente funcionan mejor con el objetivo de maximizar la rentabilidad de sus inversiones en campañas de marketing y tener controlada cada una de las acciones que se realizan. Un data analyst se encarga de recoger y analizar los datos obtenidos a través de las diferentes plataformas que utilice la empresa para aplicarlos a las campañas de marketing, además, debe ser el responsable de la elaboración de los informes que ayuden a la empresa a conocer el estado de su negocio y definir los KPI's y objetivos para cada periodo de tiempo, por lo que debe conocer herramientas de análisis de datos y métricas necesarias y, además, saber interpretarlos.

Growth Marketing Manager. El crecimiento del Growth marketing en los últimos años ha sido enorme y cada vez es más utilizado dentro de las empresas a la hora de crear sus embudos de conversión. Este perfil tiene una alta capacidad de analítica y es el encargado de hacer crecer los objetivos de las empresas mediante la creación de hipótesis y su posterior testeo y análisis. Además, deben ser capaces de aplicar metodologías ágiles para conseguir resultados más rápidos y automatizar procesos con el objetivo de adquirir nuevos clientes y aumentar la ventas.

CRM Specialist. El Customer Relationship Management es el responsable de la relación de la empresa con el cliente y para ello, debe gestionarla con el objetivo de buscar la satisfacción de los clientes, fidelizarlos y conocer sus preferencias para ser capaces de llegar mejor a ellos y mantener una relación a largo plazo. En este caso, es esencial contar con formación para manejar una herramienta de CRM con la que administrar toda la información de los clientes y también, automatizar las comunicaciones necesarias para mantener el contacto constante.

Lead Manager. El Lead Manager se ha convertido en uno de los perfiles más buscados en los departamentos de marketing digital ya que su papel es fundamental para el crecimiento de los negocios. Un Lead Manager debe captar nuevos clientes con los datos a través de la segmentación realizada en internet, a través de los datos que se conocen por redes sociales, email marketing o campañas online, es decir, el primer nivel de un embudo de ventas. La importancia que han adquirido las ventas online en los últimos años ha hecho que estos perfiles sean imprescindibles para las empresas.

Datos de contacto:

Redacción
91 411 58 68

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>