

## ¿POR QUÉ INCORPORAR TINK?

### El 90% de los consumidores confía en la recomendación de un conocido

Si el 90% de consumidores confía en la recomendación de personas conocidas y las recomendaciones son 7 veces más relevantes para cerrar ventas que cualquier forma de publicidad ¿Por qué no automatizar estos procesos y medirlos? ¿Por qué no tener métricas y analíticas exactas para sacar conclusiones basadas en Datos?

La tendencia de la digitalización del marketing de boca a boca es cada vez más una realidad y las empresas que no sistematicen estos procesos, no se beneficiarán de la inteligencia colectiva propia que ya tienen, pero que todavía está por explorar, la de los propios clientes o empleados de las empresas. De nada sirve el Big Data si no se aplican estrategias para procesarlo.

En la era de la hiper conectividad, las herramientas de marketing de aumento de ventas a través del “peer to peer” se van a consolidar de forma exponencial. Hemos dejado de ser consumidores que solo reciben información comercial de las corporaciones, sino que cada uno de nosotros es una potencial portavoz o embajador de las empresas en las que trabajamos o de las empresas de las cuales adquirimos productos o servicios.

Las empresas que identifiquen esta realidad y apliquen tecnología para potenciar y medir las recomendaciones tendrán una ventaja frente a sus competidores.

Las recomendaciones suceden normalmente de forma espontánea, sin embargo, las empresas e instituciones también pueden influenciar a referir con estrategias adecuadas.

Se trata de movilizar, estimular y recompensar a los clientes o funcionarios, para que realicen recomendaciones digitales en agradecimiento por la confianza depositada en la empresa. Esta nueva tendencia de marketing no solo ayuda a las empresas a incrementar ventas capitalizando en la conectividad de los “embajadores” sino que también sirve de programa de fidelización y retención de clientes.

Estos últimos años se ha pasado de trabajar con “influencers” (personas públicas que reciben dinero por hablar de una marca) a trabajar con personas mucho más cercanas y con las que los prospectos sienten más cercanía y afinidad: los embajadores cercanos.

Las personas confían más en las referencias que vienen de sus amigos que en aquellas que vienen de programas de marketing o figuras públicas que reciben dinero por “vender” una marca o producto.

La tendencia del internet 3.0 se dirige a la horizontalidad de la información, la comunicación “peer to peer” y la transparencia total de la calidad de los productos o servicios que existen en el mercado y como empresa no hay forma de esconderse.

Es imperativo vender un buen producto o servicio porque inevitablemente, los consumidores tienen todas las herramientas para poder comunicarse, aunque sea entre personas totalmente desconocidas.

Entonces la pregunta está en ¿por qué no también utilizar el “peer to peer” para el incremento de ventas y la satisfacción de clientes y empleados? Aquellas empresas que no se adaptan al internet 3.0, tendrán más problemas para seguir aumentando sus ventas.

TINK le permitirá automatizar y desarrollar sus ventas a través de sus clientes actuales. Conozca más sobre esta plataforma haciendo click aquí:



Por más información y ventas: [info@marketingtech.biz](mailto:info@marketingtech.biz)