

Cinco pasos para asegurar que su contenido sea competitivo

Competir en la era de Amazon y el eCommerce, donde los clientes esperan buscar y consumir contenido excepcional antes de realizar una compra, es una de las grandes metas de todas las compañías actualmente. La búsqueda por lograr proporcionar información sobre los productos y servicios, conectando a proveedores con consumidores a través de los diferentes canales de venta, se ha vuelto indispensable para lograr rutas de compra directas a los clientes quienes podrán leer los atributos de un producto y tomar una mejor y más rápida decisión de compra.

Para competir en esta era moderna es importante reconocer que el contenido es el encargado de impulsar la decisión de compra. Las marcas deben convertirse en la mejor fuente de datos de producto porque los clientes lo exigen y deben proporcionar datos de alta calidad para nuevos SKU's, bien sea para uso interno o con proveedores. ¿Su marca actualmente está ofreciendo a sus clientes contenido online competitivo y diferente a lo que se encuentra en el mercado?

La Gestión de Datos Maestros (MDM) proporciona una solución escalable que satisface las necesidades de las compañías de retail, manufactura y consumo masivo que buscan crear contenido de alta calidad que satisfaga las demandas de sus clientes en canales online y offline.

Los siguientes cinco pasos son fundamentales para asegurar un contenido competitivo y así entregar experiencias excepcionales y personalizadas.

1

Conozca a su audiencia

Para crear los datos correctos de producto es necesario conocer primero a su público objetivo con el fin de evaluar qué conjuntos de datos, en qué canales y formatos, debe crear y compartir.

Por ejemplo, usted puede determinar su estrategia de localización para clientes internacionales. Puede utilizar un MDM para aprovechar los datos de sus clientes y así crear una vista 360° unificada y precisa de los mismos. La comprensión de su audiencia se extiende más allá de los compradores, también puede incluir fabricantes, proveedores y distribuidores. Examinar cada parte

interesada - incluyendo los datos que poseen, integran y requieren de otros - le permitirá identificar qué datos debe crear, eliminar, mejorar, aumentar y proporcionar a los actores del negocio.

2

Apoye el enriquecimiento de datos

Una vez que usted conozca a su audiencia (clientes y stakeholders), comenzará a ver cómo su organización tiene múltiples formas de agregar valor a los datos. Al utilizar un MDM podrá consolidar los datos de producto de varios sistemas y formatos en una estructura común, luego de limpiar y validar la información, estableciendo una única versión de la verdad que puede utilizarse para el enriquecimiento de información.

Comience con un solo repositorio y luego agregue datos con atributos, descripciones, documentación y otros componentes relacionados con los datos. Cree registros completos que satisfagan sus múltiples propósitos comerciales: desde mercadeo hasta ventas, inventario, planificación de recursos, servicio al cliente y más.

3

Logre una difusión de datos impecable

Las organizaciones luchan por compartir diversos datos de producto en múltiples canales, de forma continua. La solución de Sindicación de Datos de producto (PDS – por sus siglas en inglés) de Stibo Systems agiliza el proceso de dar formato, recopilar y distribuir datos bi- direccionales, ayudando a impulsar la colaboración a través de canales predefinidos.

El PDS reduce el tiempo dedicado a la gestión de requisitos y mejora los tiempos de comercialización. Esto le permite a fabricantes y distribuidores compartir y recibir contenido más fácilmente permitiendo que los datos de producto pasen rápidamente al consumidor. Así será posible acelerar la cadena de suministro de datos y optimizar la experiencia del cliente con datos completos, actualizados y sin interrupciones, llevando a que el proceso de visualizar, seleccionar y comprar un producto sea fácil y agradable.

4**Aproveche la analítica**

Además de las herramientas de Gestión de Datos Maestros (MDM) que puede utilizar para consolidar, limpiar e incorporar datos, existen muchas herramientas de analítica disponibles que hoy en día son una bendición para las compañías y la generación de contenido.

Muchas de estas herramientas ofrecen una amplia gama de servicios; SEO, etiquetado de palabras clave, clasificación de imágenes y el uso de un motor de análisis lingüístico basado en IA para revisar, calificar y guiar mejoras de contenido. Algunos de estos proveedores de servicios de contenido ofrecen ofertas que le brindan retroalimentación para enfocarse en lo que es esencial para su público objetivo. Con información de terceros será posible ajustar sus registros de datos maestros y datos enriquecidos, así como introducir nuevos productos y servicios más rápido con datos de producto de alta confianza y procesos optimizados.

5**Conecte calificaciones y comentarios**

Las audiencias de hoy quieren más que solo su palabra acerca de un producto y en muchos casos la decisión de compra se basa en el conocimiento y experiencia de otros compradores. Afortunadamente, hoy en día hay proveedores que facilitan la conexión de los visitantes de su sitio con contenido en el que confían. Existen compañías que ofrecen a las compañías de retail y fabricantes la capacidad de

aprovechar la información de producto generada por el consumidor, incluyendo calificaciones, comentarios, preguntas y respuestas de los compradores y comentarios sociales previamente revisados. Esto no solo proporciona reseñas correctas y confiables de terceros sobre sus productos y servicios a los clientes durante su experiencia, sino que puede generar más tráfico de búsqueda basado en recomendaciones valiosas de producto.

Entregue a su cliente los datos que requiere

Lo que separará a las empresas exitosas en la economía basada en datos, será la capacidad de contar con contenido excelente que comparte los detalles correctos que los clientes esperan. Para cumplir con esta expectativa, las empresas deben considerar diversas variables que incluyen: conocer sus audiencias, crear datos maestros autorizados, enriquecerlos, aprovechar la sindicación, aplicar análisis y aprovechar las calificaciones y revisiones de otros compradores. Al utilizar estos pasos como una base fundamental para la creación de contenido, las organizaciones tendrán la posibilidad de ir más allá de únicamente crear un estante digital para comprar: estarán creando experiencias asombrosas que incitan a los consumidores a regresar para volver a comprar.

Para obtener más información sobre cómo Stibo Systems puede ayudarlo a lograr que su contenido sea competitivo visite stibosystems.com/es.

Acerca de Stibo Systems

Stibo Systems, empresa de gestión de datos maestros, es la fuente confiable de MDM. Nuestras soluciones son la fuerza motriz de las empresas con visión de futuro en todo el mundo que han liberado el valor estratégico de sus datos maestros, lo que las empodera para mejorar la experiencia del cliente, impulsar la innovación y el crecimiento, y crear una base esencial para la transformación digital. Ofrecemos a las organizaciones la transparencia que requieren y desean - una vista única y precisa de sus datos maestros - para que puedan tomar decisiones informadas y lograr objetivos de escala, alcance y ambición. Stibo Systems es una filial privada del grupo Stibo A/S, fundada en 1794, y tiene su sede en Aarhus, Dinamarca. Para obtener más información, visite stibosystems.com/es.