

FLUJOS AUTOMÁTICOS DE RE-ENGAGEMENT

En este artículo el autor nos presenta cuatro esquemas prácticos para automatizar flujos con un objetivo de *re-engagement*.

Podemos crear *workflows* de *re-engagement* que nos permitan volver a enamorar a nuestros contactos y clientes. Estos *workflows* se crean directamente en las plataformas de *marketing automation* que utilicemos.

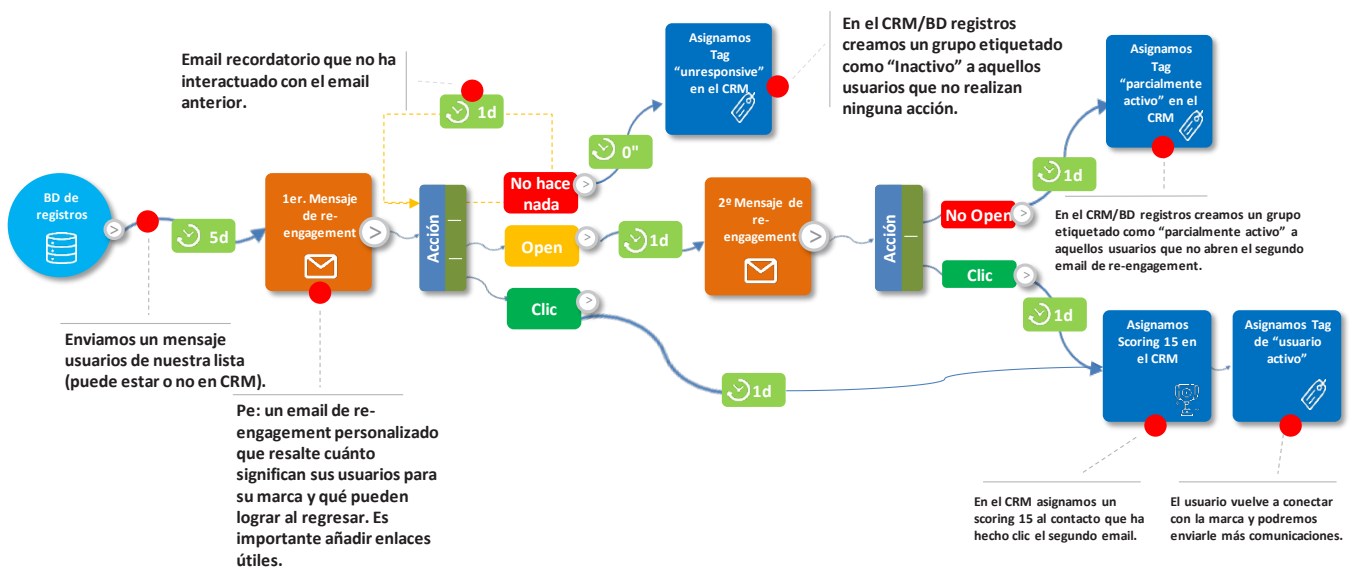
Encontramos 4 tipos de flujos automáticos de *re-engagement*: *Re-engagement* sencillo, recuperación de cliente, email *engagement*, y email

follow up. Veamos cada uno de ellos e indico el nivel de dificultad en su creación.

1. *Re-engagement* sencillo

Mensajes específicos para que los contactos se interesen por tu marca, una vez más.

Nivel de dificultad: **Medio**

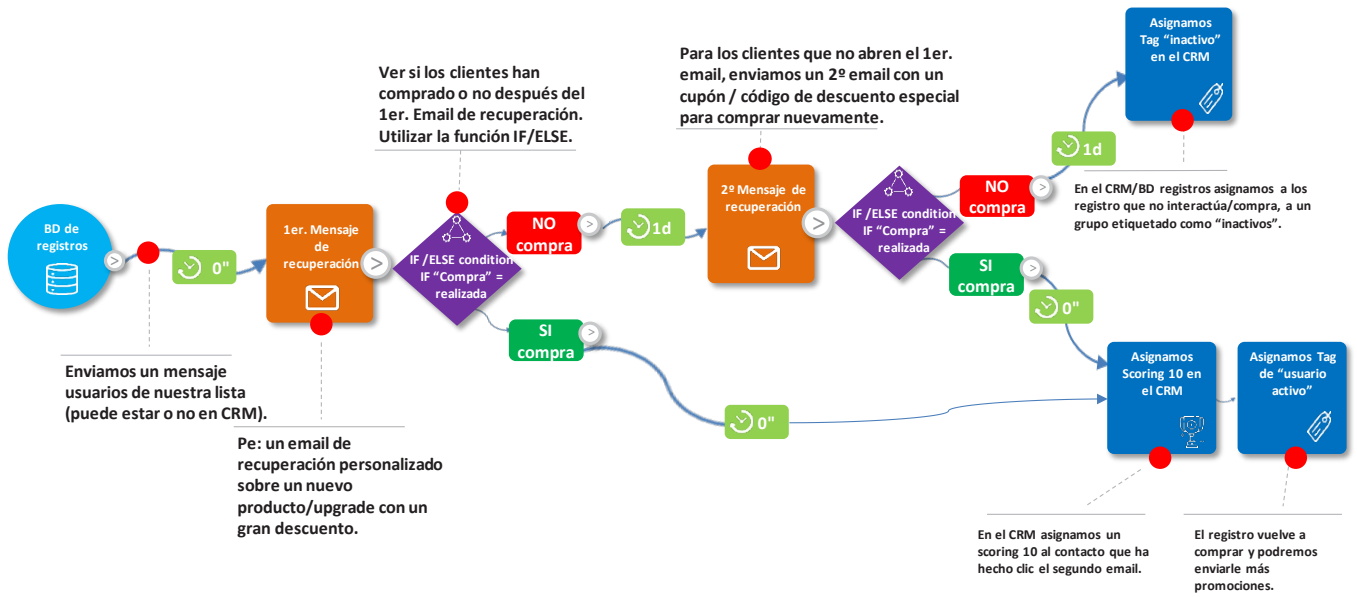


“ Los *workflows* de *re-engagement* son unas herramientas poderosas para alargar y mejorar el *customer journey*.

2. Recuperación de cliente

Comunicación a clientes inactivos con mensajes que les hagan volver a comprar.

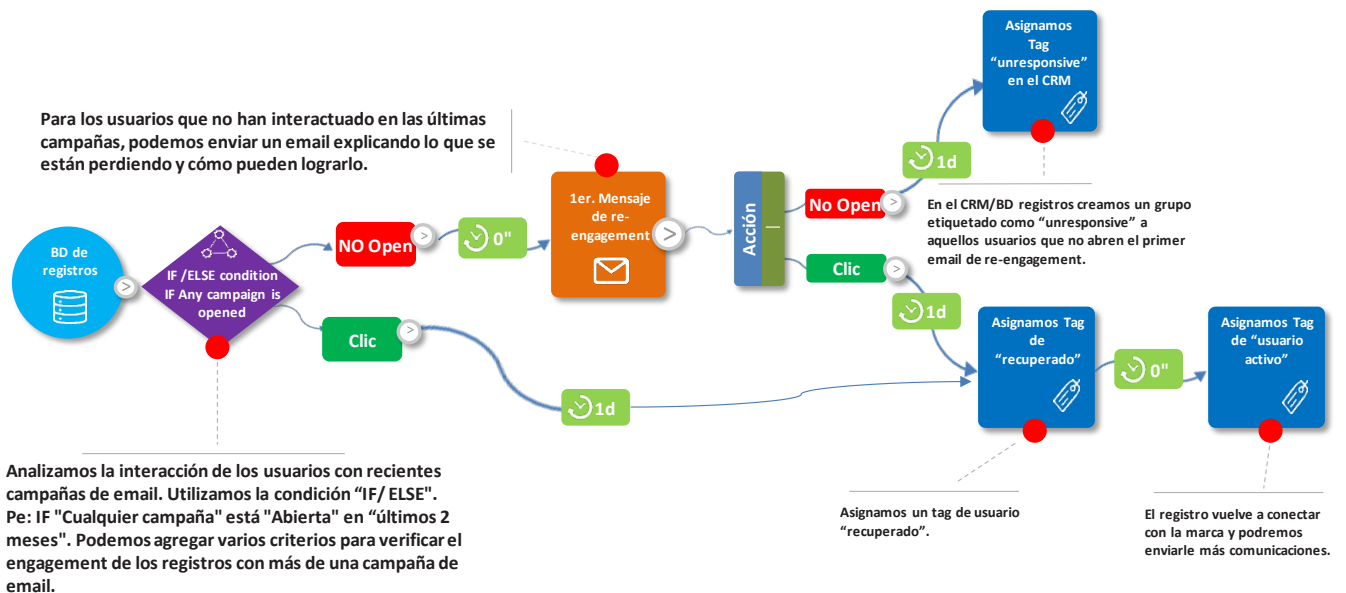
Nivel de dificultad: **Medio**



3. Email engagement

Nos comunicamos con contactos y clientes recientes que no responden al correo electrónico, pero queremos enamorarlos (de nuevo).

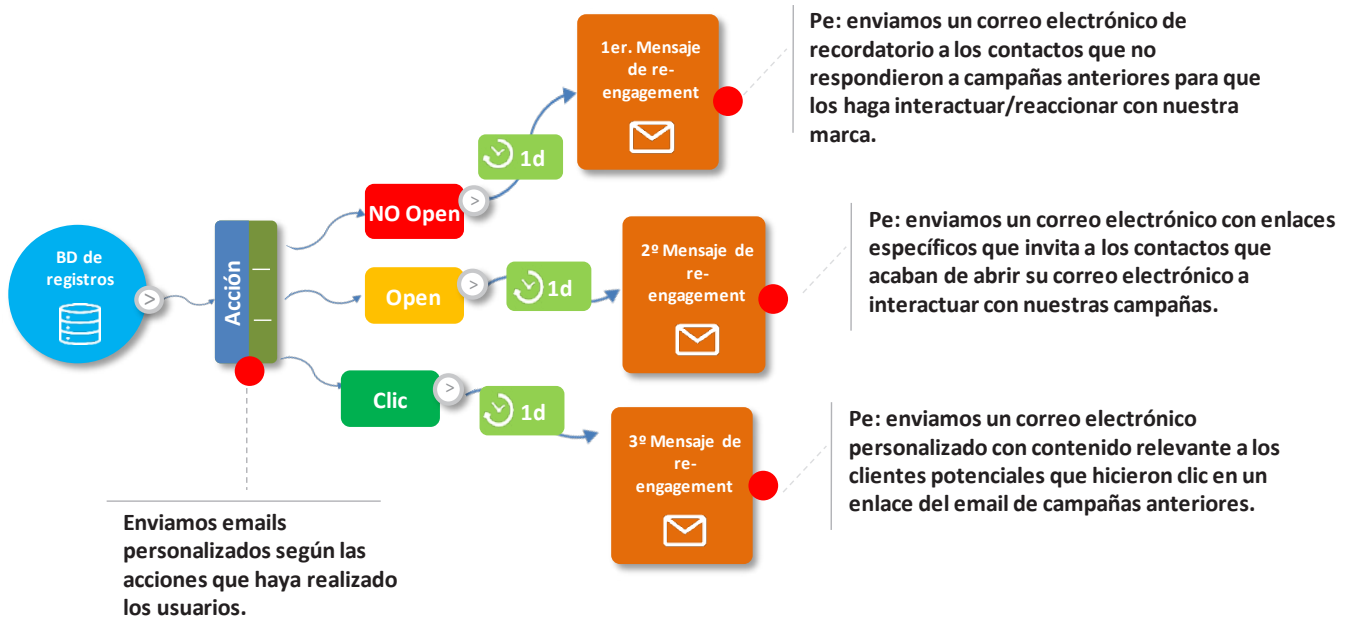
Nivel de dificultad: **Medio**



4. Email follow-up

Enviamos mensajes dirigidos a los contactos en función de su respuesta a anteriores emails enviados.

Nivel de dificultad: **Sencillo**



En el libro de *Consumer Engagement* publicado recientemente por ESIC Editorial tienen acceso a más de 30 *workflows* de *welcome*, *on-boarding*, *nurturing*, *customer* retención o *e-commerce*. ■

Eduardo Liberos
Co-Autor del libro *Consumer Engagement*,
de ESIC Editorial.

