

## TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN

# EN B2B

### 1. INCORPORACIÓN DEL CONCEPTO **BUYER PERSONA** AL MUNDO B2B

Al igual que en las estrategias en gran consumo, **el perfilado en profundidad del público objetivo será cada vez más estratégico**, trascendiendo de una metodología de segmentación clásica basada en el mero comportamiento profesional o de relación con nuestro producto o servicio, cargos, roles profesionales o sectores, a otra mucho más de enfoque personal - humano que introduce nuevas variables, incluso psicológicas y actitudinales, de gran importancia a la hora de definir estrategias de marketing y comunicación.

### 2. DEMOCRATIZACIÓN DEL BUSINESS INTELLIGENCE EN MARKETING

El **uso de herramientas tecnológicas** de analítica avanzada, orientadas a la toma de decisiones de negocio, dejará de estar en manos de unos pocos en el seno de las organizaciones para convertirse en instrumentos cada vez más habituales entre las diferentes funciones o departamentos dentro de las empresas, entre ellos el de marketing.

### 3. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE UTILIDAD PROFESIONAL

En B2B, y especialmente en marketing y comunicación, el intercambio a modo de win-win entre una marca y su cliente estará cada vez más fundamentada en los **contenidos de utilidad práctica para el management y la actividad profesional**. Recursos desde la marca a cambio de fidelidad y compra.

### 4. MEJORES CRM'S PARA UNA MAYOR SINERGI A Y ENTENDIMIENTO ENTRE MARKETING Y VENTAS

Se trata de dos funciones o departamentos que no siempre comparten las mismas necesidades y formas de actuar. Marketing cada vez asumirá un mayor rol en la conversión o generación de MQL (Marketing Qualified Leads), leads fruto de la actividad de marketing y comunicación con los que se ha generado un primer interés, mientras que Ventas focalizará su trabajo en culminar la venta trabajando en torno a los llamados SQL (Sales Qualified Leads), mucho más predispuestos y cercanos a la decisión final de compra o contratación de nuestro producto o solución. **CRM's más inteligentes y a la vez accesibles** servirán de puente y espacio común de colaboración entre ambas funciones en la empresa.

*“El intercambio a modo de win-win entre una marca y su cliente estará cada vez más fundamentada en los contenidos de utilidad práctica para el management y la actividad profesional”*

### 5. EL AUGE DEL VIDEOMARKETING

Es la expansión del audiovisual frente al texto. **La era de la imagen**. El videomarketing B2B para explicar y comercializar productos o servicios será una herramienta cada vez más asidua en las empresas de todos los tamaños. La progresiva reducción de costes de producción gracias a la tecnología, así como la facilidad de un uso posterior multicanal gracias al social media y la web, están facilitando el acceso a esta herramienta de comunicación a cada vez más organizaciones de todos los sectores.



Segmentación basada en nuevas variables **psicológicas** y **actitudinales**



Herramientas tecnológicas **al alcance de todos**



Intercambio **win-win** entre marca y cliente



Marketing asumirá un mayor rol en **MQL** y Ventas en **SQL**



Mejoras en el acceso a **herramientas de video**



**evercom®**

Fundada en 1996, Evercom es una de las primeras consultoras independientes de comunicación y estrategia en el mercado español. Cuenta con oficinas en Madrid y en Barcelona y es miembro de la IPRN, una de las principales redes internacionales de agencias de relaciones públicas, ADECEC, la principal asociación de consultoras de comunicación en España y de ICCO, International Communications Consultancy Organisation.

Actualmente trabaja para más de cuarenta organizaciones entre compañías e instituciones de todos los sectores desde las divisiones de Financiero, Corporativo & Asuntos Públicos, B2B, y Consumo & Salud. Además, Evercom posee uno de los mayores loyalty ratio de todo el sector de las consultoras de relaciones públicas del mercado, dato contrastado por el estudio PR Scope elaborado por Grupo Consultores.

#### **Evercom Madrid**

José Abascal, 53. 5º pl.  
28003 MADRID  
00 34 91 577 92 72  
00 34 91 435 55 86

#### **Evercom Barcelona**

Gran Vía de les Corts Catalanes 680 7º 2-3  
08010 BARCELONA  
00 34 93 415 37 05  
00 34 93 415 78 37

**[www.evercom.es](http://www.evercom.es)**

[evercom@evercom.es](mailto:evercom@evercom.es)