

A man with a full beard and glasses is looking at his smartphone. He is wearing a striped t-shirt and dark pants. In the foreground, the handlebars and front part of a bicycle are visible. The background is a textured, light-colored wall. The entire image has a teal/green tint.

digitalresponse.

Email Marketing Experts

Propuesta única de valor



Propuesta única de valor

Ayudamos a los equipos de CRM de empresas grandes a **tener más tiempo y dedicarlo a tareas de mayor valor añadido** y trabajar con menos angustias.

Tiempo que liberamos al cliente:

- El tiempo dedicado a aprender a usar una herramienta (personalizar, segmentar, conectar con otros sistemas).
- El tiempo dedicado a gestionar traducciones, gestionar cambios de última hora.
- El tiempo dedicado a preguntar a IT o al proveedor tecnológico por qué la herramienta devuelve unos datos que no nos parecen congruentes.
- El tiempo dedicado a resolver por qué el HTML no se ve bien en algún ISP.
- El tiempo dedicado a producir campañas.

CRM Pains

¿Cuáles son tus puntos de dolor?

La gestión diaria de las campañas (content, tecnología, CRM) no me deja tiempo para analizar y optimizar.

Pierdo mucho tiempo consultando al proveedor tecnológico o a IT acerca de cómo utilizar la tecnología para acciones de marketing (segmentar, crear contenido dinámico, crear una automatización, etc.).

Los proyectos de automatización y personalización tardan mucho en implementarse.

La gestión de múltiples versiones idiomáticas (recibir las traducciones, montar las campañas, enviar test, revisar, cambiar los textos, etc.) nos consume mucho tiempo y energías y bloquea la implementación de otras iniciativas de CRM (Customer Journeys, testeo, personalización, análisis, etc.).

CRM Pains

¿Cuáles son tus puntos de dolor?

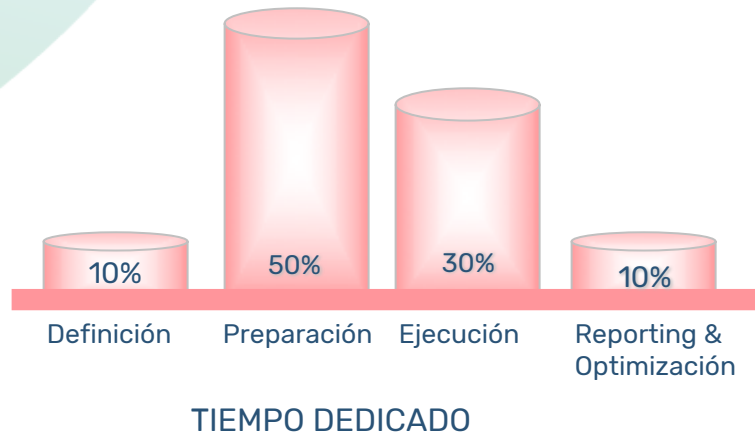
Invertimos mucho tiempo testeando los enlaces de los emails y comprobando que las urls de destino y utms son los correctos.

A veces **los emails no se ven bien en algunos proveedores de correo** y no logramos descubrir cómo optimizarlo. A veces nos vemos obligados a enviar campañas asumiendo que según en qué proveedores de correo electrónica no obtendremos el nivel de calidad que nos exigimos.

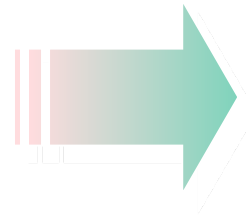
Mi equipo no está dimensionado para la carga de trabajo que hemos de asumir y sin embargo tengo limitaciones presupuestarias para contratar más gente.

Beneficios

Vuestra situación actual



- Poca optimización
- Evolución lenta
- Escasa innovación



Situación con digitalresponse.



- Optimización de los resultados
- Reducción del time to market
- Más innovación y creatividad

¿Cómo lo hacemos?

2 SISTEMA DE TRABAJO Y TECNOLOGÍA



ACM : Agile Campaign Management
PLUGIN Figma

1 EQUIPO EXPERIMENTADO



Gestión de campañas



Customer Journey



Personalización



Diseño y Maquetación



Reporting & Analytics



Chanel Orchestraion

3 CONOCIMIENTO MARTECH

Partners



braze

Equipo certificado



Adobe Campaign



braze

Gestión ágil del Email Marketing



ACMP Plus

PROCESO DE TRABAJO (Maquetación y Builder)

https://www.canva.com/design/DAF-u9pxANY/PZC1p__PjCsWRww9UiQzew/edit

PLUGIN FIGMA

https://www.canva.com/design/DAFh3mfWBMc/view?utm_content=DAFh3mfWBMc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

TESTER

<https://www.digitalresponse.es/wp-content/uploads/2024/03/Modulo-Tester.mp4>

ACMP Plus

The diagram illustrates the ACMP Plus ecosystem, centered around **ACM+ AGILE CAMPAIGN MANAGEMENT**. It features a central logo and is surrounded by various integration partners and file formats. A refresh icon is located in the top right corner of the diagram frame.

Integrations and Partners:

- Top Left:** Adobe Creative Suite (Ps, Id, Xd, Ai) and Figma.
- Top Center:** File format icons for CSV, GIF, ZIP, HTML, JPG, PNG, and JPEG.
- Top Right:** Cheetah Digital, Braze, Microsoft Dynamics 365, Salesforce Marketing Cloud, Adobe Campaign, and Oracle Marketing Cloud.
- Middle Right:** Selligent Marketing Cloud.
- Middle Left:** ClickUp, Asana, and Trello.
- Bottom Left:** Google Drive and Dropbox.
- Bottom Center:** Real-time updates icon, Preview icon, and a checklist icon.
- Bottom Right:** Email-Fluid, Litmus, and Dynamic Yield.

¿Cómo lo hacemos?

➤ REQUERIMIENTOS:

- Reunión Discovery.
- Reunión Set-UP.
- Accesos ecosistema Martech.
- Implementación Click-UP.

➤ TIEMPO:

- Entre 4 y 8 semanas puede estar el sistema montado y el equipo trabajando y ya podéis obtener los beneficios.

Algunos de nuestros clientes actuales

Massimo Dutti

ZARA

Bershka

PULL&BEAR

OYSHO

renfe

 CaixaBank



 AirEuropa

 EROSKI

Glovo[?]


simon

TOUS

RBA

Perrigo[®]

Case Studies

 **STOU'S**

Case Studies

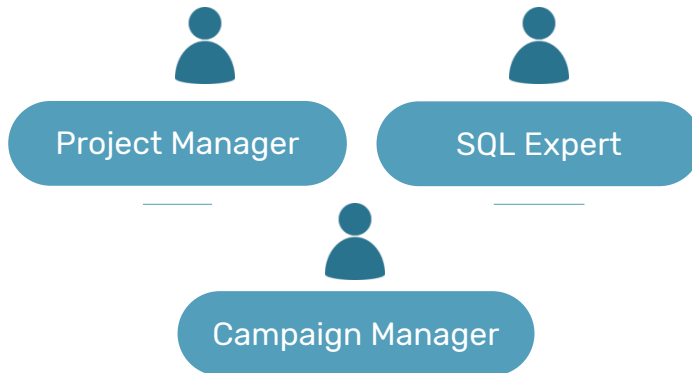
¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?

- Reducción del time to market de las campañas (de 4 días a 1 día).
- Hemos pasado de gestionar 15 países a 26 sin aumentar el headcount.
- Personalización de contenidos en todas las BAU.
- X 5 el despliegue de nuevos journeys y por 10 el volumen de campañas enviadas mensuales en cuestión de pocas semanas, incrementando en un 50% el revenue generado por el canal email y móvil.
- Disminución drástica de los errores (99,7% error free en la gestión).

Case Studies

¿CÓMO LO HEMOS HECHO?

EQUIPO Experto



DOMINIO Tecnología



Equipo certificado

DESARROLLOS

- ACM Plus
- Tester

Case Studies

TOUS

¿QUÉ HACEMOS?

- Migración de ESP (a lo largo de 8 años) (Cheetahmail a Eloqua, Eloqua a Responsys y Responsys a Salesforce).
- Creación y mantenimiento de una plantilla HTML modular + Sistema de gestión de traducciones.
- Project Management de Integración del Data Mart con Salesforce Marketing Cloud.
- Creación de segmentos en el SFS a partir de la base de datos 360 del cliente.
- Gestión de campañas regulares (diseño, maquetación y envío) (6 semanales a 26 países).
- Hiper personalización de clientes (programa de fidelización, recomendación de productos dinámicos).
- Envío de push y SMS como canal complementario al Email.
- Journeys y Automations (carrito abandonado, recomendaciones, product view, welcome, birthday, MGM, puntos programa fidelización).
- Landing Pages con CloudPage para captación de usuarios, gestión de bajas, etc.



Case Studies

renfe

renfe



Case Studies

renfe

¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?

- Hemos acertado el time to market de activaciones de casos de uso CRM en los que intervienen Oracle Responsys y Infinity Streams.



Case Studies

¿CÓMO LO HEMOS HECHO?

EQUIPO Experto



Project Manager



Campaign Manager

DOMINIO Tecnología

ORACLE
MARKETING CLOUD



Equipo certificado

Case Studies

renfe

¿QUÉ HACEMOS?

Servicio de implementación de campañas multicanal altamente personalizadas y automatizadas:

- Dinamización de campos en las campañas utilizando lenguaje de programación para la personalización de contenidos.
- Soporte en la definición de vistas y consultas SQL y su aplicación en los programas como variables dinámicas.
- Definición de tablas Complementarias (Supplementals).
- Generación y manipulación de formularios interactivos.
- Monitorización y seguimiento de tareas de importación/exportación de ficheros desde y hacia Responsys(connect Jobs).
- Definición y control de los flujos aplicables a cada rama de los programas en los tests multivariante.
- Apoyo en el calentamiento de la IP transaccional.
- Implementación del seguimiento de enlaces en campañas automatizadas multicanal.
- Diseño lógico de un programa automatizado de carrito abandonado.
- Implementación de contenido dinámico en los emails (vgr. Countdowns, clima, imagen de ciudad).
- Acompañamiento/apoyo para resolver dudas sobre cómo implementar en Responsys los use cases planteados por marketing



Case Studies



Case Studies



¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?

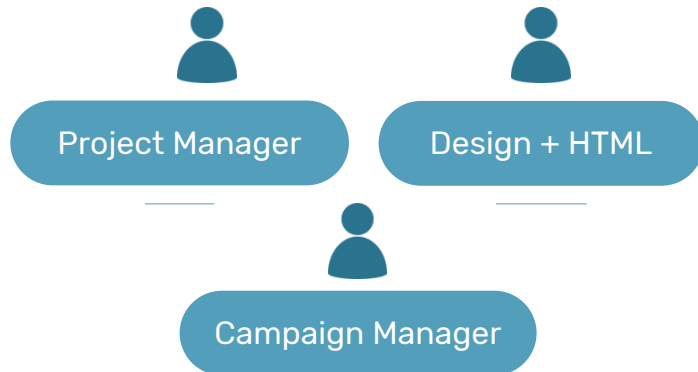
- Reducir sustancialmente el tiempo entre la conceptualización de la campaña y su activación.
- Adaptación de las creatividades al canal.
- Ayudarles a implementar distintos casos de uso en Adobe Campaign.
- Migrar la gestión de campañas de la antigua plataforma a Adobe Campaign.

Case Studies

¿CÓMO LO HEMOS HECHO?



EQUIPO Experto



DOMINIO Tecnología



Equipo certificado

DESARROLLOS

- Plugin Figma

Case Studies

¿QUÉ HACEMOS?




- CONCEPTUALIZACIÓN CAMPAÑA. CREATIVIDAD
- Creación y testeo de template Email
- Creación y testeo de template Landing

- ADOBE CAMPAIGN
- Traslado del concepto de Negocio a la lógica del Journey a Adobe Campaign con metadatos involucrados.
- Configuración del flujo y metadatos involucrados.
- Adaptar un flujo a partir de un maestro modificando el propio flujo (adapt. Sencilla + añadir bifurcaciones, nuevas listas, etc) + pruebas
- Configuración del flujo de la landing page (parámetros)
- Configurar parámetros de personalización de LP
- Incluir formularios
- Adaptar una LP a partir de un maestro (subir html y tocar formulario, parámetros y metadatos principalmente) + pruebas
- Creación de templates de envío y configuración de metadatos
- Creación y uso de contenidos para utilizar en deliveries (ejemplo Content blocks)
- Configuración de los parámetros de personalización
- Envío pruebas y finalización de flujos (añadir templates)





Gracias

 (+34) 936 116 034

 jpuig@digitalresponse.es

 www.digitalresponse.es

 BARCELONA: C/ Diputació 279, 6^o3^a; 08007

 MADRID: Paseo de la Castellana, 79, 6^o 28046 Madrid; 28046