**Herramientas digitales: la clave para incrementar ventas e impulsar el crecimiento de los negocios en 2022**

* *De acuerdo con HubSpot, plataforma de ventas y marketing que ayuda a las empresas a crear relaciones más cercanas, humanas y a largo plazo con sus clientes, en el 2022, el crecimiento de adopción de plataformas digitales para acelerar las ventas e inteligencia de negocios será de un 25%.*
* *Estas plataformas no solo agilizan los procesos de venta, también conjugan tecnologías avanzadas como el análisis de datos para desarrollar una mejor inteligencia de mercado.*

Tras un largo período de cambios incesantes en lo económico, laboral y cultural, los consumidores **han reevaluado sus metas y prioridades**. Por tanto, el 2022 marcará el inicio de una nueva era donde las empresas ya no podrán aproximarse a sus clientes como lo hacían hace apenas un par de años, sea cual sea su giro.

Ya no solo se trata de vender productos o servicios: el [84% de los clientes](https://www.salesforce.com/news/stories/state-of-the-connected-customer-report-outlines-changing-standards-for-customer-engagement/) **desea que las empresas ofrezcan una mejor experiencia**, así como una **atención ‘*hiper-personalizada’*, antes y después de una venta**, algo que está llevando a las compañías a conocer con profundidad las nuevas necesidades de los consumidores. Ante ello, muchas ya han acudido a herramientas más robustas como los sistemas CRM (*Customer Relationship Management*).

“*La pandemia eliminó la interacción cliente-empresa en el espacio físico, lo que ha exigido la adopción de herramientas que ayuden a seguirle el paso a los consumidores en un entorno muy conocido, pero aún no explotado por completo como el terreno digital, donde los CRM recopilan enormes cantidades de data que permiten diseñar mejores productos o servicios, así como experiencias excepcionales”*, señala **Shelley Pursell, Directora de Marketing en Latinoamérica e Iberia para** [**HubSpot**](https://www.hubspot.es/), plataforma de ventas y marketing que ayuda a las empresas a crear relaciones más cercanas, humanas y a largo plazo con sus clientes.

Sin duda, la pandemia ha sido un gran acelerador para la adopción de estos sistemas: los líderes de marketing prevén que su [crecimiento interanual será de un 25%](https://www.hubspot.es/marketing-statistics), pues **facilitan la gestión de toda la estrategia comercial y de ventas** a través de tecnologías sofisticadas y actualizaciones contínuas, algo que Pursell considera será clave para una mayor adaptación digital para las empresas en 2022.

**IA, *Big Data y otras* tecnologías que impulsan la inteligencia de negocio.**

Estos sistemas no solo son esenciales porque permiten a equipos de marketing idear campañas centradas en las necesidades de los clientes, sino porque la tecnología detrás de estas herramientas agiliza la inteligencia de mercado y optimiza los flujos internos de trabajo:

1. **Automatización de procesos**: La automatización de procesos será una de las mayores prioridades de las empresas en 2022, pues está comprobado que una estrategia de automatización puede [reducir hasta en un 80%](https://softco.com/blog/why-you-need-to-automate-in-2022/) los gastos operativos; los CRM pueden ayudar a los ejecutivos de ventas y marketing a realizar tareas de alto impacto al reducir las tareas manuales.
2. **Limpieza de datos para una mejor toma de decisiones:** Dentro de las nuevas funciones de los CRM más avanzados se incluyen la personalización y controles avanzados para la gestión e [*higiene de datos*](https://blog.hubspot.es/marketing/higiene-de-datos)*,* lo cual ayuda a los equipos de ventas y marketing a acceder a la información más importante para una toma proactiva de decisiones, así como a generar mejores informes de resultados.
3. ***Big Data Analysis***:A través de esta tecnología, los gerentes de ventas pueden convertir la data recolectada en un activo que entregue valor a sus equipos, proveedores, clientes y *leads.* Esto cobra mayor relevancia si se toma en cuenta que las empresas llegan a perder hasta un [20% de ingresos](https://blog.hubspot.com/marketing/more-reliable-business-data) debido a la mala calidad y gestión de datos.
4. **Inteligencia artificial para optimizar la atención a clientes**: De acuerdo con Gartner, la inteligencia artificial [seguirá desarrollándose a pasos agigantados](https://www.gartner.com/en/articles/the-4-trends-that-prevail-on-the-gartner-hype-cycle-for-ai-2021) durante 2022 para ir más allá de los *chatbots;* los CIOs podrán hacer uso de los CRM para desarrollar una una *Inteligencia Generativa* que ayude a crear nuevos productos, mejorar servicios existentes, hacer crecer la base de clientes y mucho más.

Las estrategias de digitalización tienen un papel central en las empresas a nivel global y se han consolidado en el último año. Por supuesto, eso también incluye a los equipos de marketing y en este sentido, los sistemas CRM continuarán siendo una herramienta clave para acelerar la fuerza de ventas, el crecimiento empresarial y alinear el éxito cliente-empresa durante el 2022.