



SMARKETING

SMarketing se conoce como el proceso de alineación entre los departamentos de **Ventas** (Sales) y **Marketing**. Esta alineación comprende los objetivos y niveles de servicio de ambos departamentos con el fin de lograr, a su vez, los objetivos generales del negocio.

Es importante a su vez **definir** entre ambos el "buyer persona" o "cliente objetivo" a fin de enfocarse ambos de la misma manera.

Hay que **automatizar los procesos** para evitar la intervención de personas y es muy importante que los responsables de marketing y ventas se reúnan una vez al mes para medir y corregir.

HABLAR EL MISMO
IDIOMA

DEFINIR
RESPONSABILIDADES

COMUNICACIÓN
PERIÓDICA

COORDINACIÓN DE
CAMPAÑAS

VENDEDOR =
INFLUENCER

