



Enfoka-Trends enero 2021

“El primer contacto con el cliente: el momento cero de la verdad”

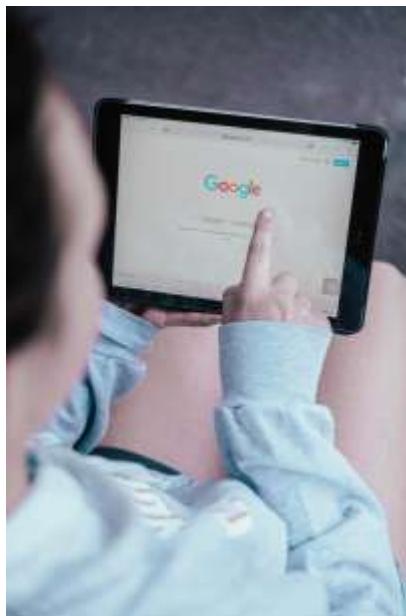


Foto de [Duncan Meyer](#) en [Unsplash](#)

ZMOT son las siglas del “momento cero de verdad” (zero moment of truth), y define el estado en el que un potencial cliente dispone de todos los medios y de toda la información para elegirnos como la empresa que satisfará sus necesidades. Es un término acuñado por Google en el 2011, cuando Jim Lecinski, director general de ventas para Google USA escribió el libro “ZMOT: Ganando el Momento Cero de la Verdad”, donde presentaba los resultados de un minucioso estudio que analiza los nuevos hábitos de compra de los clientes en un entorno plenamente digitalizado. La denominación como “momento cero de la verdad” proviene de preceder al primer y segundo momento de la verdad, que definen los siguientes estados:

- El primer momento de la verdad: se produce cuando el consumidor se encuentra con el producto (generalmente en un entorno offline) y decide comprar. Como es lógico, triunfar en este momento es clave, ya que implica hacerse con un nuevo cliente.
- El segundo momento de la verdad: tiene lugar cuando el consumidor empieza a usar el producto. Si todo va bien, sus expectativas se confirmarán y esto dará lugar a una relación a largo plazo. Es decir, que en este momento hablamos de fidelización del cliente, también fundamental para conseguir el objetivo de rentabilidad del negocio a largo plazo.

Lo novedoso de este concepto es que el ZMOT se produce online gracias a la tendencia de los clientes de informarse en internet sobre los productos y servicios de su interés antes de proceder a comprarlos. Los clientes están mejor informados y tienen más poder cada día, y la venta comienza desde el momento en que una persona accede a internet para consultar las características del producto o servicio que desea comprar y decidir donde lo van a comprar. Algunos ejemplos de los diversos escenarios posibles son:

- Una persona que mira un catálogo de ropa infantil con el móvil mientras va a recoger a su hijo al colegio.
- El administrativo de una empresa que usa Google para comparar precios de impresoras antes de hacer su encargo al proveedor.
- Un estudiante en una cafetería que usa su portátil para buscar opiniones de usuarios sobre albergues en la ciudad que quiere visitar.
- Un fanático de la escalada que saca el móvil para ver opiniones sobre diferentes tipos de cuerdas antes de entrar en la tienda a comprar.

[The zero moment of truth macro study](#) realizado por Google demostró que un 88% de los consumidores se dirigen Internet para tomar una decisión “informada” a la hora de completar el proceso de compra. Por ello, el ZMOT es un factor muy importante para determinar el éxito de un producto. Es vital tener en cuenta este concepto para la estrategia digital de un comercio y es hora de replantearse una manera más efectiva de llamar la atención del usuario porque la decisión clave que motiva al consumidor a comprar puede producirse en cualquier momento.

El ZMOT se gana con acciones como la creación e implementación de una buena estrategia de marketing digital y el uso de enfoques como Inbound Marketing, ya que su metodología integra una serie de tácticas que usan como combustible y principal materia prima el contenido de valor.

¿Cómo se encuentra el ZMOT de tu comercio?, ¿Qué pasos seguir?, te damos algunas recomendaciones:



Enfoka-Trends enero 2021

“El primer contacto con el cliente: el momento cero de la verdad”



Foto de [Duncan Meyer](#) en [Unsplash](#)

- Investiga los hábitos online de tus clientes. Pregúntate ¿Qué redes sociales utilizan?, ¿De qué manera buscan información? Para responder a estas preguntas puedes utilizar las herramientas de Google como Google Trends o el planificador de palabras clave. Busca los términos que se refieran a tu marca y otros relacionados.
- Piensa como tus potenciales clientes. Las marcas suelen invertir mucho tiempo y esfuerzo en hablar de sus productos o servicios, pero si se centraran en pensar como los clientes, verían que al utilizar las herramientas que hemos citado en el punto anterior, lo que buscan los clientes son soluciones, porque las expresiones más buscadas suelen ser “Como hacer/solucionar...”, “El mejor producto/servicio para...”
- Desarrolla tu presencia online. Es decir, es como hacerse “el encontradizo”, pero online. Puedes utilizar varios métodos:
 - La optimización para motores de búsqueda: SEO y SEM.
 - La creación y difusión de contenido de valor que trate las soluciones a los problemas de tus clientes.
 - Reclama y completa tu perfil en Google my Business, indicando tu sitio web (que puede ser una pagina web o un perfil en una red social) y potenciando la realización de reseñas en el mismo, contestar siempre a todas las que se reciban, dando las gracias a las positivas e interesándote en lo sucedido en las negativas..
 - La publicidad en las redes sociales. Se llega a una audiencia segmentada a través del conocimiento de los hábitos e intereses de los usuarios.
 - La creación de un blog que ayude a tus clientes, bien porque responda a una pregunta, resuelva un problema o supla una necesidad.
 - La actualización constante. No basta con que hagas todo este trabajo una vez, es necesario que sea constante.
- Analiza las métricas. Medir lo que has conseguido con tus acciones te dará una idea muy aproximada de dónde se encuentra tu momento cero de la verdad.

Para poder competir se deberá pensar en desarrollar un plan de marketing digital orientado a resultados en el que se incluyan estrategias SEO y de publicidad online, de fidelización y de venta. Para ello es necesario:

- Estar presente en los momentos del búsqueda del usuario.
- Ser relevante, interesante y diferente.
- Medir el impacto de tus acciones.

Resumiendo, lo crucial no es la tecnología que se use, sino estar detrás del consumidor y conectar con él.



BIBLIOGRAFÍA

- Jim Lecinski (Think with Google, 2014). Momento cero de la verdad: por qué ahora es más importante que nunca. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/busqueda/momento-cero-de-la-verdad-por-que-ahora-es-mas-importante-que-nunca/>
- Alba Fraile (Ciberclick, 2020). ¿Qué es el Zero Moment of Truth (ZMOT)? El momento cero de la compra. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-zero-moment-of-truth-zmot-el-momento-cero-de-la-compra>
- Juan Andres Corrales (Rock Content, 2019). ¿Sabes lo que es el ZMOT o Momento Cero de la verdad? Aprende a identificarlo para alcanzar a tus clientes potenciales. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://rockcontent.com/es/blog/zmot/>
- Patricia Chico (Lead Motiv, 2020). ZMOT: ¿Cómo encontrar los 'momentos cero' para atraer a nuevos usuarios? Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://leadmotiv.com/blog/zmot/>
- Adventures (2020). ¿Qué es el ZMOT o Momento cero de la verdad? Tu marca a examen. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://blog.adventures.do/que-es-el-zmot/>
- Social Selling Partner (2019). ZMOT: Nuevos procesos de venta con las redes sociales. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://socialsellingpartner.com/blog/zero-moment-of-truth-zmot-procesos-de-venta-redes-sociales>
- Semrush (2017). El ZMOT y el marketing online para los pequeños negocios. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://es.semrush.com/blog/zmot-marketing-online-pequenos-negocios/>
- Milca Peguero (2020). ¿Que aún no sabes qué es el ZMOT? pues aquí tienes la respuesta. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://milcapeguero.com/que-es-el-zmot/>
- Paula Artacho López (Best, 2019). Zero Moment of Truth (ZMOT): un imprescindible para tu estrategia de marketing. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://agencia.best/blog/zero-moment-of-truth-zmot-imprescindible-estrategia-marketing/>
- Localiza.me (2018). ZMOT: Cambio en las tendencias de consumo. Recuperado el 29 de enero de 2021 de <https://localiza.me/blog/zmot-tendencias-consumo>

INFORMACIÓN RELACIONADA

- Ganando el momento cero de la verdad (e-book): https://think.storage.googleapis.com/intl/es-419_ALL/docs/2011-winning-zmot-ebook_research-studies.pdf
- Que es el momento cero de la verdad. Explicación completa: <https://www.youtube.com/watch?v=AVuWbX6oNec>