

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Al cliente se le empieza a captar mucho antes de conocerlo. Uno de los factores importantes es buscar información sobre posibles clientes, investigar sus necesidades, porque cualquier dato, por mínimo que parezca, puede ser decisivo cuando afrontemos el contacto directo.

Las nuevas tecnologías nos facilitan la aproximación al cliente, internet simplifica el uso de las herramientas típicas de marketing y hace que éstas ganen en rapidez y eficacia. El correo electrónico o las redes sociales es un instrumento inmejorable para establecer un contacto personal y mantener un canal de información.

Debemos concentrarnos en mantener una actitud positiva durante la conversación. Si en nuestro fuero interno pensamos que las llamadas frías son una pérdida de tiempo y no sirven para captar clientes, nos será muy difícil crear interés por nuestro producto y transmitir ilusión por él.

La actitud, el tono y hasta los movimientos que realizamos durante la llamada telefónica son percibidos por nuestro cliente. Si transmitimos preocupación o crispación, el cliente puede notar nuestra ansiedad y no sentirse atraído por lo que le estamos contando.

Redes sociales:

Un plan específico en el ámbito social nos proporcionará una conexión directa con el consumidor final, lo que se traduce en más tráfico para nuestro comercio. Además, apoyará nuestra estrategia de contenido, aportando "vitalización" y promociones específicas para nuestros productos. El objetivo, incrementar el grado de satisfacción con los seguidores. Una buena reputación online vende y las redes sociales son un medio perfecto para lograr este propósito

Publicidad digital:

Existen muchísimas formas de promocionar nuestro comercio electrónico en Internet, desde fórmulas de pago con publicidad display, hasta campañas gratuitas. Lo importante es medir el retorno de inversión para cada una de estas acciones, y así saber cuáles son las más efectivas para captar tráfico de calidad.

Promociones:

Las promociones pueden ser una manera eficaz de atraer usuarios, tanto nuevos como recurrentes, ya que lo que más se valora cuando se realiza una compra es el precio y la comodidad del servicio. Sin embargo, debemos tener en cuenta que el objetivo principal es fidelizar. Ofrecer descuentos por productos puede atraer a un sector de público movido únicamente por las gangas.

Servicio automatizado de atención al cliente:

El sistema automatizado de ventas guarda, usa y emite información sobre, clientes, proveedores, vendedores, artículos, ventas, compras, deudas a pagar y a cobrar, fabricación de artículos. Imprime facturas, remitos, pedidos, presupuestos, notas de envío, así como también información y estadísticas de la empresa en cuestión, para que un negocio crezca se debe invertir en tecnologías que simplifiquen el trabajo y reduzcan cada vez más los procesos manuales.