

RELACIONES CON LOS CLIENTES

¿CÓMO NOS RELACIONAMOS CON NUESTROS CLIENTES?

La relación que tenemos depende de cada tipo o segmento de cliente al que nos dirigimos y del momento de la misma (es decir, de si nos referimos al proceso de captación del posible cliente o si por el contrario nos referimos al trato con el mismo una vez se convierte en cliente de nuestra empresa o fidelización)

1º momento: PROCESO DE CAPTACIÓN

A continuación, explicamos nuestra relación con cada segmento de cliente, pues la relación con cada uno de ellos va a ser diferente.

- Relación personalizada:

Nos trasladaremos a visitar a posibles clientes: Cualquier empresa nos podría valer, y podríamos mostrar las ventajas de utilizar nuestro producto.

Esta labor la realizaremos al principio los creadores de la empresa, que somos los que conocemos el producto, acompañando al comercial, aprendiendo de este modo nuestro modo de trabajar y de relacionarnos.

- Relación automatizada:

Nosotros mismos crearemos la página, por medio de la cual el cliente podrá consultar nuestros productos y servicios, además de contactar con nosotros y conocernos.



La página web estará dividida en apartados.

Incluiremos el teléfono de contacto, la dirección y mail de nuestra empresa.

- Contacto masivo: Al principio sabremos que no tendremos tantos clientes hasta que se haga un poco conocido, pero con el tiempo no sabemos decir cuántos clientes tendremos.

Nos publicitaremos mediante anuncios de televisión, prensa y de radio.

Asistiremos a ferias y exposiciones. Destacar la asistencia a:

- La Feria de Tech Experience Conference Barcelona . Se celebra el 22 de noviembre en Antigua Fábrica Damm.



-La Feria OMExpo . Se celebra del 25 al 26 de abril en Madrid.



Esto nos permitirá conocer a muchos clientes de otros países, dar a conocer nuestro producto más allá de nuestras fronteras. También, si podemos compartir con algún periódico o programa de televisión nuestra asistencia a estas ferias, por su aspecto novedoso, se convertirá en un eficaz medio publicitario, sin coste alguno para nuestra empresa.

¿COMO SE REALIZARÁN LAS VISITAS DE LOS COMERCIALES?

En nuestro caso, siempre será más eficaz un trato más especializado, ir a buscar nosotros a los clientes, al menos al principio de nuestro rodaje.

Una página web, un contestador, son recursos a los que podremos sacar mucho provecho en un futuro a medio plazo, pero no podemos confiar nuestras ventas a esa única vía de contacto.

Se realizarán visitas comerciales cualificadas y personalizadas, con el objetivo de aumentar la eficacia del equipo de ventas.

Para esto, nos pondremos en contacto con los clientes potenciales mediante llamada telefónica previa, para presentar nuestra empresa y concertar las visitas comerciales de nuestro personal cualificado.

¿Qué conseguiremos con esto?:

- Optimización del tiempo de nuestros comerciales.
- Evitar la ineficaz venta “a puerta fría”.
- Incrementar las ventas de la empresa.
- Reducción de recursos internos dedicados al marketing.

2º momento: FIDELIZACIÓN DE CLIENTES:

Los clientes más antiguos son los que suelen generar ingresos a lo largo de más años. Son nuestro mayor activo y nuestra mejor publicidad y, por eso, nos centraremos en crear clientes satisfechos tanto como en la captación de los nuevos.

Por tanto, una vez conseguido un cliente, será nuestra prioridad conservarlo, ofrecerle un excelente servicio post-venta, que le haga confiar en nosotros para su próxima remesa de Bracelet Link, sea cuando sea.

Además, a nuestros clientes les será mucho más rentable que sus necesidades queden cubiertas por nuestro producto, pues resulta muy cómodo, útil e interesante para el consumidor final: añade un punto de status a aquellos comercios que nos tengan como suministradores.

El trato post-venta con el cliente es el 50% del trabajo a realizar para que este siga convencido de que somos su mejor opción en su próximo pedido.

En este tipo de relación, cada cliente tendrá contacto con un representante de nuestra empresa encargado de ese cliente, de solucionar sus problemas, dudas, y necesidades. Es un formato muy cómodo y muy adecuado para el rango de clientes entre el que nos movemos.