

RELACIÓN CON LOS CLIENTES





- Utilizaremos redes sociales para publicitarnos y para tener una relacion con el cliente. Como Instagram y Facebook

- Con el **email**, las pequeñas empresas podemos mantener un contacto diario con sus clientes. Eso quiere decir que puede usarlo para alertar a los consumidores de nuevos productos, promociones o servicios que está ofreciendo y al mismo tiempo para que sus consumidores puedan contactarlo para resolver inquietudes, solicitar nuevos servicios o modificaciones. Gran parte del tiempo en las empresas se utiliza para responder correos electrónicos para ello es recomendable utilizar una entonación que parezca amigable, que no sean muy largos los correos o la información siempre al principio.



- La **publicidad móvil** es la puesta en marcha de acciones publicitarias de difusión que permiten a las empresas comunicarse y relacionarse con su público objetivo de forma interactiva a través de cualquier dispositivo o red móvil. Los dispositivos móviles son asistentes de compras para los consumidores y a través de los anuncios se puede llegar a los momentos claves en la decisión de compra, facilitando la localización de la empresa, la búsqueda de información de productos y servicios, la lectura de reseñas y por último, la realización de la compra. El 90% de los consumidores acceden a un sitio web desde varios dispositivos y utilizan varias pantallas de forma secuencial para realizar una tarea periódicamente. Los tipos de publicidad móvil:

- a. **Display:** Videos, text links...
- b. **SEM:** El SEM, search engine marketing o marketing de búsqueda, a través del móvil se han convertido en una de las grandes apuestas dentro de la publicidad. Las



búsquedas desde móviles ofrece a los anunciantes la opción de alcanzar a una audiencia de gran escala debido al crecimiento exponencial en el uso de los smartphones.

- c. **SMS y MMS:** Se trata de un tipo publicitario en mobile marketing más antiguo, pero no por eso menos efectivo es la mensajería móvil: SMS y MMS.
- d. Bluetooth: Este tipo publicitario funciona a través de un servidor de publicidad bluetooth y está dentro del marketing de proximidad.
- e. **Aplicaciones** móviles: Las posibilidades de clic son numerosas (clic a la descarga de aplicaciones, clic al video, clic al SMS, clic al cupón, clic al publrreportaje, clic al formulario, clic al botón publicitario en el menú, etc.)
- f. **Advergaming:** Los móviles advergamos son videojuegos publicitarios específicamente diseñados para su difusión a través de teléfonos móviles.

- **Flyers:** Mucha gente aún no sabe lo que significa la palabra "flyer", también hace algunos años atrás llamado volante o folleto publicitario cuando mencionamos esta palabra nos referimos a una publicidad gráfica de tamaño mediano, utilizada para promocionar un producto o servicio.
- **La eficacia del mensaje publicitario** depende de un número variable de factores: el mensaje que se lanza, el canal y la capacidad de llegar a un público interesado en el producto.



- **El servicio post venta** es seguir ofrecemos atención al cliente después de la compra y es tan fundamental como las demás estrategias que has implementado en tu tienda en línea. Recuerda que Ser buenos en ventas y entrega ya no lo es todo.



Desde luego, llevar a cabo exitosamente el servicio post venta requiere dedicación. Así que a continuación vamos a hablar un poco más de su importancia y de algunas sencillas acciones que puedes implementar para ayudarte a conservar a tus clientes y proporcionarte una segunda oportunidad de venta.

El servicio post venta es una increíble fuente de ingresos, pues este nos ayuda a fidelizar clientes y brinda la posibilidad de conseguir nuevos. Recuerda que el famoso “de boca en boca” es la mejor publicidad que puede tener tu marca.

Este servicio incluye todas las actividades que se hagan después de la venta del producto o servicio que ofreces, y las principales razones por las que tienes que darle importancia son las siguientes:

Es una de las mejores formas de crear lealtad a la marca. Es placentero para el cliente saber que hay una empresa que está dispuesta a ayudarlo aún después de la compra.

Como ya mencionamos, un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puedes tener. La mayoría de las personas solemos decidir una compra si alguien cercano nos ha recomendado el producto.



En caso de que estés por lanzar un producto nuevo o mejorado, en primera instancia será más sencillo ofrecerlo a clientes satisfechos que conseguir nuevos.

Te da una segunda oportunidad para venderles. Si mantienes el contacto y todo salió bien con el producto, tienes la posibilidad de ofrecerles ofertas y promociones que pueden interesarles.

Son fuente de información valiosa para tu tienda, ellos pueden contarte de su experiencia con el producto, darte su punto de vista del proceso de compra o proporcionarte alguna otra sugerencia que puede ayudarte a mejorar.

Dentro del servicio post venta pueden identificarse algunas áreas que son importantes atender después de la compra:

1. **Promoción:** Aquí es donde debes otorgar ofertas y descuentos especiales por una segunda compra o por ser clientes frecuentes.
2. **Comunicación personalizada:** Este está ligado a la motivación, otorgar un seguimiento más personalizado sobre la experiencia del producto.
3. **Seguridad:** Brinda cambios, devoluciones y hasta garantías del producto en caso de que ocurra algo que no esperaban.
4. **Soporte:** Ofrece ayuda y mantenimiento sobre el producto. Es muy común para aparatos eléctricos o que necesitan una instalación específica.

Esto puede parecer algo cansado y meticuloso, pero simplemente se trata de evaluar tu producto y saber qué áreas puedes cubrir y empezar a organizarte. Tómame tu tiempo, establece los protocolos correspondientes para una atención post venta y elige al personal que consideres idóneo para encargarse de esta parte.