

MOTIVACIONES DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

Qué deseamos obtener de nuestro segmento de mercado

Las relaciones entre una empresa u organización y sus clientes pueden tener diferentes motivaciones que pueden darse simultáneamente o por separado. Entre ellas las más comunes son:

1. Conseguir nuevos clientes o consumidores.
2. Retener a los clientes existentes.
3. Y aumentar las ventas.

Qué deseamos obtener de nuestro segmento de mercado

Las motivaciones de una empresa al establecer relaciones con su segmento de mercado específico pueden ir variando con el paso del tiempo.

Así, por ejemplo, en el boom de la telefonía móvil, los operadores utilizaban estrategias agresivas de captación de clientes que incluían el regalo de móviles gratuitos.

Una vez que el mercado se saturó, los operadores de telefonía móvil cambiaron el modelo de relación con los clientes haciendo más hincapié en retener a los ya existentes y en aumentar el volumen de ventas por cliente. Es decir, comenzaron a intentar que los clientes también contrataran otros servicios adicionales, como Internet para el móvil, paquetes de fijo + móvil + ADSL, etc.