

Relaciones de clientes.

Tipos de relaciones:

La relación con los clientes va a ser clave dentro de una estrategia de cualquier empresa. Los vendedores a menudo piensan que la clave para tener un cliente feliz son los precios, pero están equivocados, porque lo que realmente necesitan atender primero es el valor a los ojos del cliente.

El valor y el precio no son lo mismo, pero los vendedores a menudo les permiten a sus clientes pensar que lo son. Cuando el precio es lo único en lo que se centra el cliente, nosotros, como vendedores, perdemos.

Consejo 1: confianza, sinceridad y transparencia.

No tiene nada que ver con marketing, pero sí con la ética y profesionalidad individual, pues muchas veces se nos olvida que lo más importante cuando vamos a establecer una relación comercial

Consejo 2: construye una relación.

La relación con un cliente es un acto social entre persona, pero con un matiz comercial y profesional. Por este motivo necesita ser construido a base de tiempo, dedicación, esfuerzo y comunicación bidireccional.

Consejo 3: sus objetivos son tus objetivos.

Este punto es de vital importancia y muchas empresas de servicios olvidan que los objetivos del cliente son sus propios objetivos. Cuando presentamos una propuesta o proyecto, se marcan unos hitos a alcanzar, hitos que debemos hacer nuestros, que debemos superar y compartir con nuestro cliente.

Consejo 4: reporte, medición y seguimiento.

No podemos olvidar que si existe una relación comercial con un cliente es porque al final del camino hay un objetivo cuantificable que el cliente y nosotros queremos alcanzar. En este sentido debemos mantener informado en todo momento de la marcha del mismo al cliente, con reportes mensuales o informes finales que midan el retorno de la inversión.

Consejo 5: mantener el contacto.

Debemos mantener el contacto con el cliente en todo momento, al inicio de la relación, durante y cuando ha dejado de ser cliente.