

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Las relaciones con los clientes son algo muy importante con lo que podemos demostrar algo que nos diferencia y así lograr que nos prefieran antes que a la competencia.

Una empresa debe cuidar, mantener y satisfacer a sus clientes. Para tener una buena relación con nuestros clientes debemos trabajar arduamente.

La gestión de relaciones con el cliente se trata de brindar atención antes, durante y después de que realizan una compra. Esto puede enriquecer de manera significativa la experiencia del cliente y facilitar el trabajo de tu equipo.

Las relaciones con los clientes son variadas y categorizadas de diferentes maneras como detallamos a continuación:

Asistencia personal

En este tipo de relación la empresa interactúa con el cliente directamente a través de un representante. El contacto puede ser personalmente, por teléfono o incluso por correo electrónico, desde que no sea automatizado.

La asistencia personal se ha convertido en una tendencia y es un pilar de las estrategias de relaciones con los clientes. Ten en cuenta que el representante de la empresa debe estar presente en todas las etapas del proceso de ventas, pues el objetivo es brindar al cliente la mejor experiencia posible.

Asistencia personal exclusiva

Este tipo de relación se caracteriza por una interacción estrecha entre el cliente y la empresa a través de un representante específico.

La tarea del representante designado a cada cliente es acompañarlo durante todo su ciclo de compra. Además, es el principal responsable por toda la experiencia que el cliente tiene con la empresa.

Autoservicio

Hoy en día las personas prefieren el autoservicio antes que ser atendido por un agente de la empresa. Esto se debe a que los clientes no quieren perder tiempo llamando a un call center, o simplemente quieren resolver sus problemas rápido y por cuenta propia.

El autoservicio tiene como finalidad que los clientes resuelvan sus necesidades y problemas sin intermediarios. Esto permite que los procesos sean más ágiles y los consumidores más autónomos.

Servicios automatizados

Se trata de relaciones de autoservicio personalizadas donde se tiene en cuenta la preferencia histórica del cliente para mejorar la experiencia general. Este tipo de relación con el cliente está ligada a la inteligencia artificial para empresas .

Los chatbots son la herramienta más utilizada para llevar a cabo este tipo de relación con los clientes. Esto se debe a que pueden interactuar en tiempo real con los clientes, son capaces de entender el contexto de las conversaciones, pueden realizar transacciones y resolver problemas de baja complejidad. Del mismo modo, son capaces de escalar un caso a un representante humano en caso de que sea necesario.

Comunidades

Actualmente las marcas han visto en las comunidades una gran herramienta para conocer e interactuar con sus clientes.

La creación de comunidades permite a los clientes compartir sus experiencias y encontrar soluciones a problemas comunes. Por su parte, las empresas se benefician obteniendo la opinión de sus clientes e intercambiando conocimiento con los miembros de la comunidad.

Creación colectiva

Un cliente entra en una de sus redes sociales y sube un video explicando cómo fue el proceso de compra, además de contarle al mundo las sensaciones que tiene respecto al producto que adquirió y el servicio al cliente que recibió.

La creación colectiva fomenta la participación de los consumidores para fortalecer las relaciones con las empresas y mejorar los productos o servicios.

Este tipo de consumidores crean contenido de altísima calidad y tienen los medios para eso. Además, están muy bien informados sobre las tendencias del mercado y son capaces de analizar profundamente los procesos comerciales de las empresas. La participación de los prosumidores en la creación colectiva la podemos ver en: comentarios, imágenes, videos, publicaciones en redes, podcast,...

¿Cómo vamos a atraer nuevos clientes, mantenerlos y hacerlos crecer?

Algunas estrategias para captar clientes, mantenerlos e incluso hacerlos crecer pueden ser: crear un blog, compartir contenido en redes sociales, ofrecer descuentos, realizar campañas por correo electrónico, implementar programas de fidelización, ofrecerles un buen servicio, premiar su lealtad con recompensas (regalos, descuentos,...), tener un trato cercano, cuidar los detalles, no perder el contacto con ellos, hacer que se sientan valorados.

En definitiva para poder atraer, mantener y hacer crecer a nuestros clientes lo que tendremos que mostrar como empresa es sencillez, claridad y amabilidad hacia nuestros clientes. Cuidarles en todos los aspectos para que permanezcan a nuestro lado y resulten ser un canal de promoción y divulgación de nuestra empresa para que podamos seguir

creciendo como empresa y a su vez seguir ofreciendo un buen servicio a todas las personas que se acerquen a nuestro negocio.

El resultado de un buen acompañamiento dirigido a nuestros clientes conlleva a una fidelización por parte de los clientes que es algo imprescindible y necesario para todo tipo de negocio.

