

Módulo 2 Tema 7

Fidelidad y de Repetición de ciclo

Sesión sincrónica



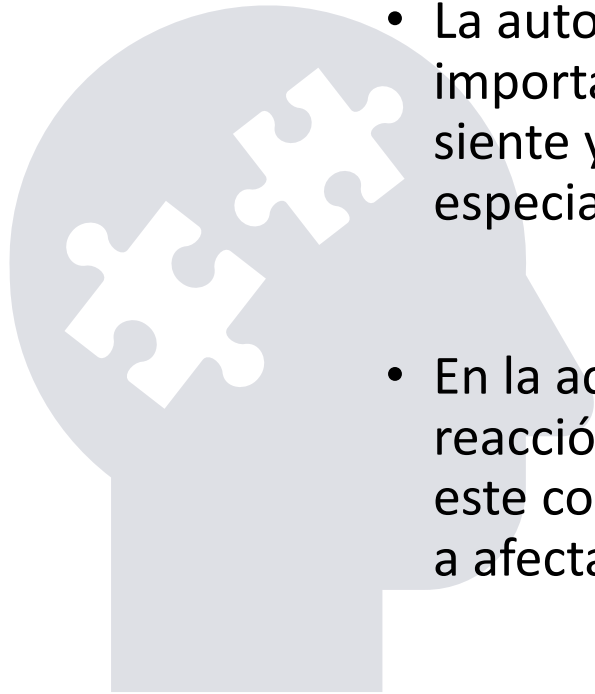
Bienvenida y agenda

- Bienvenida
- Práctica de Bienestar
- Fidelización
- Recomendaciones
- Receso
- Recapitulación
- Fidelización
- Falta de Comunicación
- Conclusiones y Cierre



Práctica de bienestar

Ejercicio de respiración



- La autorregulación, también percibida como control, es una fortaleza de carácter muy importante dentro de la Psicología Positiva. Este concepto implica regular lo que uno siente y hace, ser disciplinado, así como mantener un control sobre los apetitos y, especialmente, sobre las emociones.
- En la actualidad vivimos situaciones muy estresantes que provocan que nuestra reacción instintiva y natural ante ellas sea estallar en ira. Pero, las consecuencias de este comportamiento no sólo se quedan en nosotros, sino que también pueden llegar a afectar a terceros.
- A continuación, se presenta un ejercicio que te ayudará a cultivar la fortaleza de autorregulación:

Ejercicio de Respiración

- 1. Toma 2 minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que te pueda distraer.
- 2. Escucha música de relajación, (crea tu propio ambiente de meditación)
- 3. Comienza a respirar y exhalar por nariz. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo.
- 4. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. Así durante dos minutos.
- Te recomendamos que si durante este periodo algún pensamiento de (olvide algo en la oficina, más tarde tengo que hacer tal actividad, etc.) llega a tu mente, solo déjalo pasar y regresa a tu concentración en tu respiración.
- Al finalizar los dos minutos sentirás paz en tu ser, comienza a hacer este ejercicio de respiración y meditación todos los días, y poco a poco vas aumentando los minutos del mismo



Fidelidad del Cliente

El conseguir un cliente que nos recompre y nos demuestre fidelidad, es encontrar el premio mayor en la categoría de los clientes.

Por fidelización debemos comprender, en el resultado de retención de clientes, que regresan y siguen comprando nuestros productos y solicitando nuestros servicios.

Retener a los clientes puede resultar más eficiente en el costo-beneficio, que adquirir hasta 5 veces más nuevos clientes.



Evolución del de la Fidelidad



Mensaje

Siempre: *Fidelizar clientes es de 5 a 7 veces más barato que conquistar nuevos clientes*



Claves propias

La venta no termina cuando el cliente paga y se lleva el producto, ni cuando tu negocio termina la jornada laboral, la venta continua viva con el servicio de postventa y fidelización



Medible

La “Satisfacción”, llega cuando el cliente se siente feliz con su compra, bien atendido y encuentra el valor extra en el producto y en la experiencia del proceso de compra

Pero ¿Cuáles son los principales beneficios que esperan obtener los clientes?



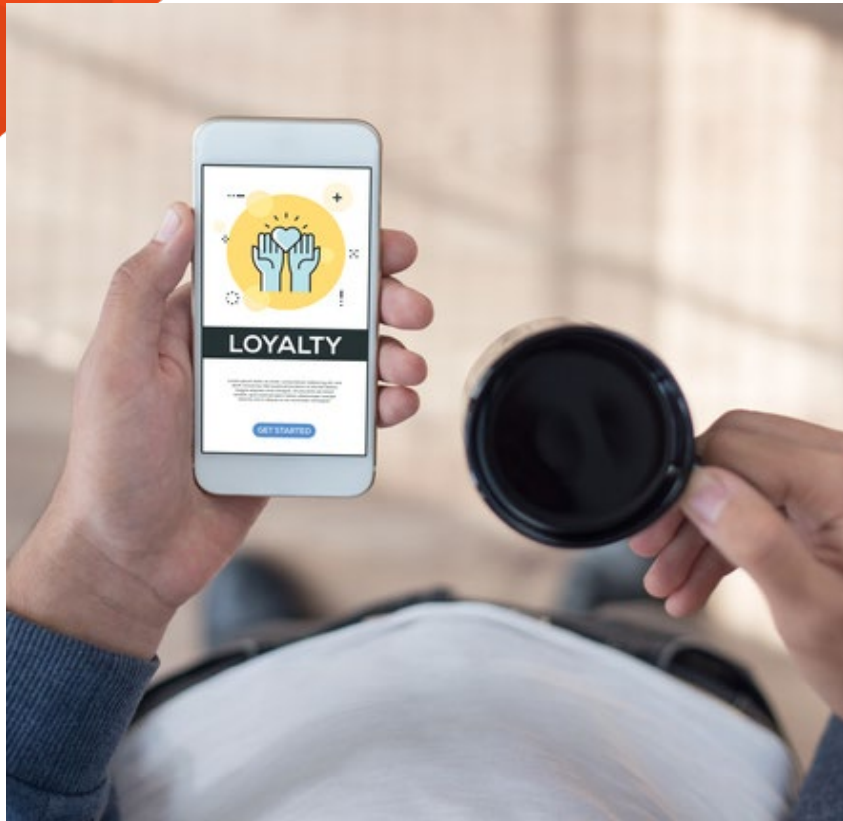
Tiempo: en este mundo el tiempo es oro y mientras menos tardemos en la elección de nuestras compras, mayor valor encontraremos al tiempo que podemos ahorrar.

Pero ¿Cuáles son los principales beneficios que esperan obtener los clientes?



Entrega: ya sea recogerlo o que te lo entreguen a domicilio, mientras el servicio y la disponibilidad en tienda estén presentes seguramente la recompra será segura.

Pero ¿Cuáles son los principales beneficios que esperan obtener los clientes?



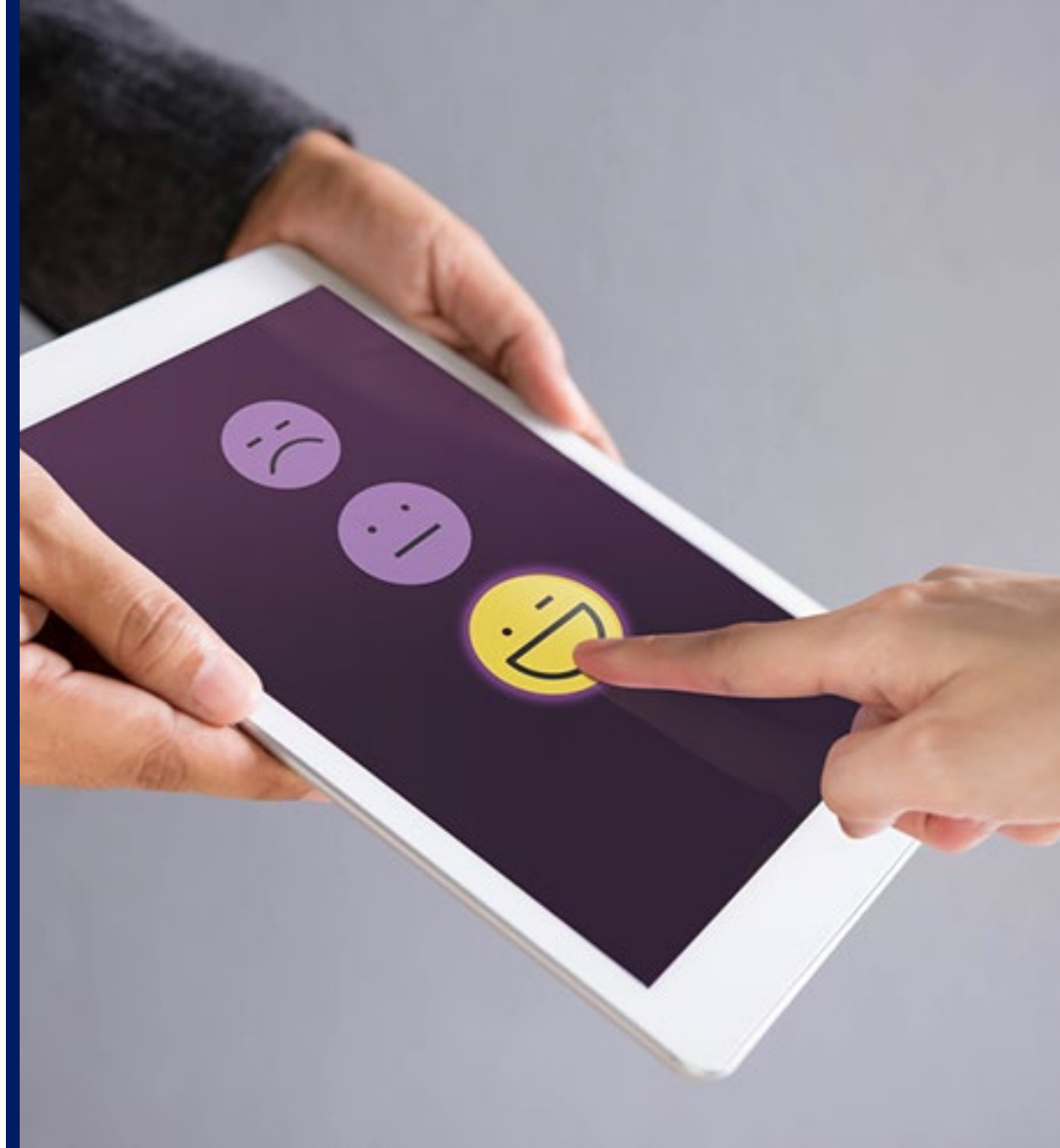
Comunicación: tanto con la marca del producto, como con la empresa que lo provee, en cuanto a garantías, asesorías y tiempos de entrega; cuidar este aspecto hace que el valor prometido esté presente en toda la jornada del cliente.

Receso

Recomendaciones para fidelizar

Comunicación en la postventa:

Un consejo clave es mantener comunicación con los clientes, creando una base de datos para preguntarles después de un tiempo considerable, su opinión acerca del funcionamiento de los productos que adquirió en tu tienda; hazlo sentir valorado y que su opinión cuenta. En la actualidad muchas empresas, entre ellas Amazon, se han vuelto expertas en pedir la opinión de sus clientes para ir descartando los productos o servicios de entrega que no satisfacen sus necesidades.



Recomendaciones para fidelizar

Felicitación en fechas especiales:

Siempre incluir la fecha de cumpleaños de los clientes importantes (lo ideal serían los más posibles), para enviar un mensaje o un correo electrónico de felicitaciones, y si te es posible regalar un cupón de descuento.

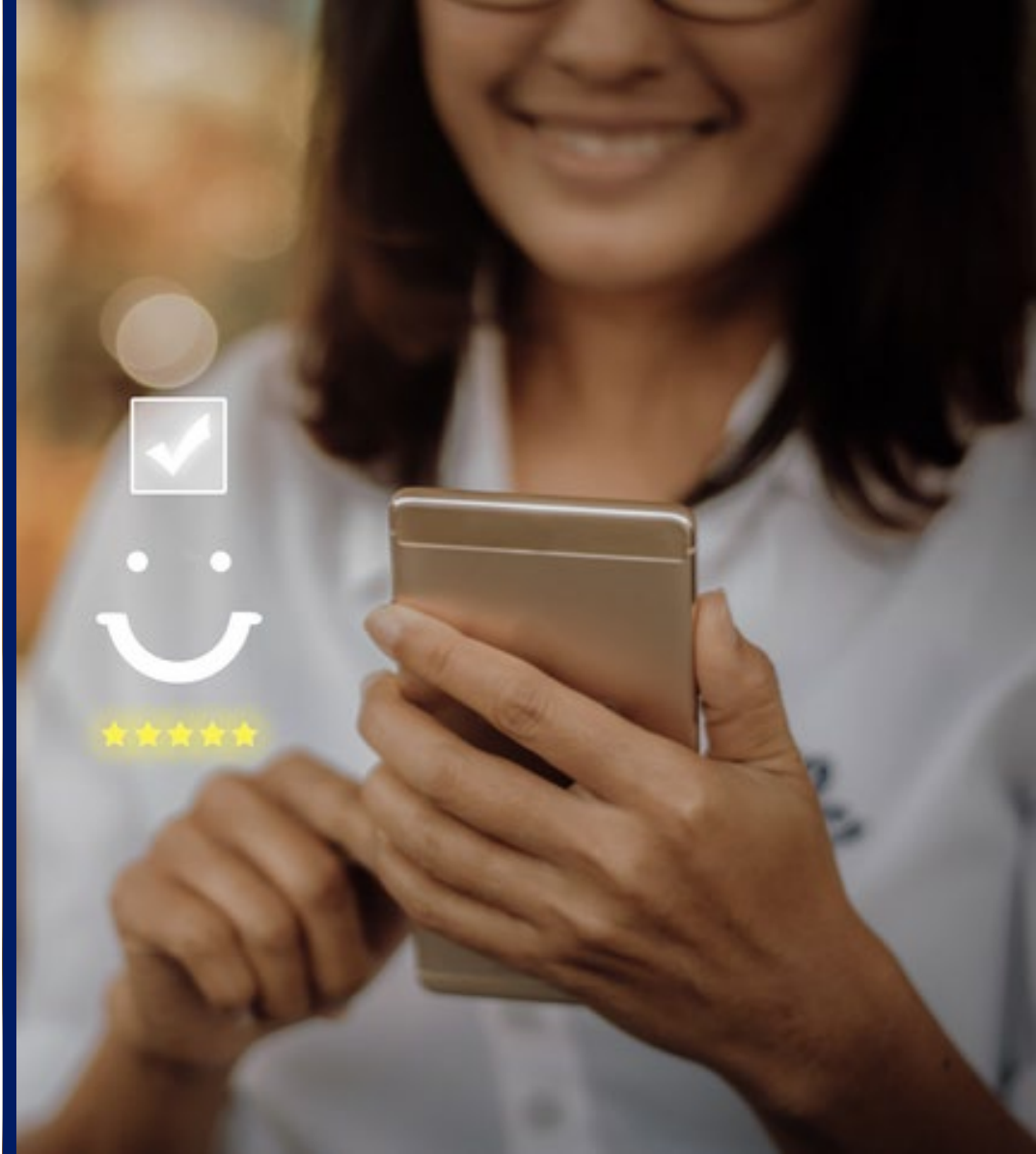
No sólo funciona para cumpleaños sino también puedes incluir fechas como día del cliente, día del consumidor, navidad y otras conmemorativas.



Recomendaciones para Fidelizar

Anuncia los nuevos productos y los descuentos:

Los clientes que ya te compran, o es porque tienes buenos precios, o porque los atiendes bien, o simplemente gustan de tus productos, por lo tanto, ¿por qué no mejorar la comunicación con ellos?, Es necesario comunicar las novedades de forma periódica en **REDES SOCIALES** (sin caer en exageraciones), pero asegurarnos que nuestros clientes están informados y no saturados



Falta de Comunicación

Es importante proporcionar información y recomendación sobre los productos, ya que nos corresponde como comercio dar un buen servicio, ofrecer productos de calidad e informar adecuadamente; si damos un buen servicio el cliente regresa y nos recomienda.





Cierre

El reconocimiento del cliente llegará gracias a que hayas logrado satisfacer su necesidad o su deseo y así conseguirás convertirte en su primera opción de compra, sin que haya necesidad de que busque el producto en otro negocio.





Un buen servicio al en el cliente, que este consiga buenos precios, productos de calidad y entrega eficaz en tienda o domicilio, dará como resultado que el **cliente regrese**. Esto es cuando siente que tiene todo a su disposición y es bien atendido.

Conseguir la fidelidad del cliente de una forma apropiada, es ayudar a forjar el valor de la empresa. Es decir, lograr que se comprometa con su contexto y las personas que atiende.





Asegúrate de:

- Comprender lo puntos sugeridos para retener a los clientes.
- Identificar debidamente las características de los clientes que ya nos recomiendan.
- Comprender la forma de comunicar y promocionar los nuevos productos y servicios.



Próxima sesión

Tema 8 Community Manager

Referencias

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson
- Mora, A. (s.f.). Cuando el Cliente No Regresa: La Verdad Sobre el Mal Servicio al Cliente. Recuperado de: <https://www.happy-or-not.com/es/2018/08/cuando-el-cliente-no-regresa-la-verdad-sobre-el-mal-servicio-al-cliente/>