



engrane digital[®]

PROGRAMACION / WEB / APPS



**FIDELIZACIÓN
DE CLIENTES**

| CONTENIDO | PÁG. |
|---|-------------|
| Introducción | 2 |
| ¿Qué métodos efectivos debo usar en mi eCommerce? | 3 |
| ¿Qué es la fidelización de clientes? | 4 |
| Métodos para llevar a cabo una fidelización de clientes efectiva en tu eCommerce | 5 |
| 1. Hazte completamente accesible | 5 |
| 2. Ofrece siempre una solución a las dudas de tus clientes | 6 |
| ¿Puedo gestionar yo mismo mi propia atención al cliente desde mi tienda PrestaShop? | 6 |
| 3. Nunca ignores el feedback negativo | 7 |
| 4. Premia la fidelidad de tus clientes más recurrentes | 8 |
| 5. Mantente relevante dentro de tu sector | 8 |
| 6. Crear un blog para generar tu propia comunidad | 9 |
| Conclusión | 11 |

Introducción

Uno de los puntos más importantes para tu E-Commerce debe ser la fidelización de clientes, que estos deseen volver a visitarte y mejor aún sigan comprando y recomendando tus servicios y productos en la web. Engrane Digital en esta oportunidad te trae para seguir brindándote conocimientos tecnológicos, esta guía rápida que te muestra que métodos de fidelización de clientes debes usar en tu tienda en línea.

Insistimos en brindarte las mejores herramientas para que te motives a crear tu propia tienda en línea siguiendo estos tips, que en cada una de nuestras guías te presentamos para que cuentes con los mejores consejos y además te sirvan para tener los mejores resultados. Basándonos principalmente en las características y beneficios que te ofrece prestashop que es, por preferencia general, la mejor plataforma para crear tu eCommerce.

Para Fidelizar clientes ¿Qué métodos efectivos debo usar en mi eCommerce?



Cuando tienes un eCommerce u otro tipo de negocio en Internet, no cabe duda que uno de los objetivos más importantes es atraer nuevos clientes. Pero, aún más importante, es fidelizar a clientes que ya compraron anteriormente en tu tienda. Precisamente ellos podrían convertirse en los principales prescriptores de tu marca. Siempre ten presente que un buen servicio hace casi todo el éxito en una tienda.

Sin embargo, la fidelización de clientes es una tarea que, en la mayoría de los casos, suele ser una de las "asignaturas pendientes" de todo responsable de un negocio digital. Por ello, Engrane Digital ha querido presentarte algunos de los métodos más recurrentes y originales para conseguir que alguien que haya comprado ya anteriormente en tu eCommerce vuelva a comprarte con mucho gusto.

Pero, antes que nada, nos gustaría definirte de qué se trata este método de ventas, para que así puedas ir comprendiendo todas las técnicas que queremos compartir contigo hoy:

¿Qué es la fidelización de clientes?

La fidelización de clientes es la técnica de marketing y ventas que tiene como objetivo principal el conseguir, mediante diversas estrategias y técnicas, que el cliente que haya adquirido con anterioridad alguno de nuestros productos o servicios continúe comprando en nuestro negocio. Y, además, es objetivo primordial que éste se convierta en cliente habitual.

Lo cierto es que la fidelización de clientes no ocurre de la noche a la mañana, pero si ponemos en práctica algunas de las técnicas de venta en eCommerce que a continuación te mostramos, podrás conseguirlo. Estamos seguros de que podrás así reunir una cartera de clientes leales más rápido de lo que imaginas.

Cuidar a tus clientes y proporcionarles una experiencia de usuario y de compra personalizada es la clave para conseguir que tus clientes regresen.



6 Métodos para llevar a cabo una fidelización de clientes efectiva en tu eCommerce

No cabe duda que una buena atención al cliente es esencial en todo negocio, tanto físico como Online, si quieres que tus clientes regresen tras haber comprado por primera vez. Debes corregir todo aquello que esté mal, ya que, como se suele decir, "el cliente siempre tiene la razón" y su satisfacción final es donde puede ejercer la mayor influencia a la hora de decidir regresar a tu negocio.

1. Hazte completamente accesible

Los clientes no deberían necesitar esforzarse para encontrar un medio de contacto, para consultarte cualquier duda o pregunta que tengan acerca de tus productos. Pese a que en la mayoría de tiendas online está muy extendida la existencia de la sección de FAQ o dudas frecuentes, deberías establecer además un sistema de contacto bien a la vista de todos. Existen numerosas opciones para proporcionar un servicio de atención al cliente.

Tanto si proporcionas un formulario de contacto, chat online en vídeo o texto, un número de teléfono o un email, tus clientes no deberían encontrar ningún impedimento cuando intenten contactarse contigo. Cuantos más puntos de contacto ofrezcas, mayor será la confianza que depositen en ti tus visitantes.

Con el Módulo "Chat Online" estarás disponible en todo momento Si tu negocio está diseñado en PrestaShop, tienes muchas posibilidades para mantenerte siempre accesible ante potenciales clientes. Una de ellas es con la integración de alguno de los muchos módulos de los que dispone esta plataforma, como es el ejemplo de "Chat Online", diseñado especialmente por el equipo técnico de PrestaShop para este fin.

De esta forma, crearás un fuerte vínculo con tus clientes y visitantes, al poder asesorarles en tiempo real sobre todos aquellos productos sobre los que estén interesados.

2. Ofrece siempre una solución a las dudas de tus clientes

Cada cliente importa y eso, como responsable de tu negocio, imagino que ya lo tendrás muy claro. Es importante mantener esa filosofía en el actual sector del eCommerce, donde las malas opiniones sobre una empresa o marca pueden viajar a la velocidad de la luz, de hecho, son las primeras noticias que se expanden dentro de un servicio, si atiendes bien lo sabrán a lo sumo 5 personas, pero si prestas un mal servicio se multiplica la información mucho más. Por ello, creo que es muy importante que te asegures de que tu departamento de servicio de atención al cliente o persona dedicada a estas tareas siempre proporcione a los clientes insatisfechos una solución satisfactoria.

Y, en caso de no ser así, deberías intentar solventar y "poner paz" entre ambas partes, ofreciéndole un incentivo a modo de disculpas, para que ellos perciban que admites que has cometido algún error, ya sea en la entrega, facturación, etc. Tanto si es un descuento en su siguiente compra como un vale, tus clientes esperan que cumplas con sus necesidades y, en caso de no hacerlo, puede acabar resultándote más caro a ti que a ellos.

¿Puedo gestionar yo mismo mi propia atención al cliente desde mi tienda PrestaShop?

Precisamente en este sentido, si tu tienda está diseñada en PrestaShop, este software te permite gestionar tu propio servicio de atención al cliente detalladamente. Desde tu panel de administración, concretamente en "Clientes > Atención al cliente", puedes ver los pedidos de cada cliente en detalle, comunicarte directamente con ellos mediante mensajes, gestionar las tareas de atención al cliente entre su equipo, etc.



3. Nunca ignores el feedback negativo

Ignorar a un cliente enfadado o no demasiado a gusto con el producto o el trato recibido es, posiblemente, la peor práctica en eCommerce. Los clientes que manifiestan su descontento son los más propicios a ejercitar su habilidad para compartirlo online, a través de sus principales redes sociales u otros canales digitales. Y lo que es peor aún: que esto se haga viral en la red.

Tanto si vendes tus propios productos como si vendes a través de la técnica del Dropshipping, muéstrales siempre tu preocupación, sin importar la situación, y haz todo lo posible para satisfacer sus necesidades. Si lo haces correctamente, puede convertir a los clientes más insatisfechos en los más fieles a medio/largo plazo. Una sencilla técnica que puedes llevar a cabo para poder trackear lo que se dice acerca de tu eCommerce podría ser hacer seguimiento del nombre de tu marca en buscadores (por ejemplo, con Google Alerts).

4. Premia la fidelidad de tus clientes más recurrentes

La fidelización de clientes pasa, sin duda alguna, por mantener las connotaciones positivas que ya tienen aquellos que ya compraron más de una vez en tu negocio. Por ello, deberías incentivar el regreso de éstos, recompensándoles de alguna forma. Esta es la mejor forma de agradecer la fidelidad a tus clientes y les anima a seguir regresando.

Tanto si es un pequeño descuento o premiándoles por hacer click en el botón "Me gusta" de tu página en Facebook, a los clientes les gusta sentirse apreciados y cada pequeño gesto te diferenciará de su competencia.

Módulo All-in-one Rewards

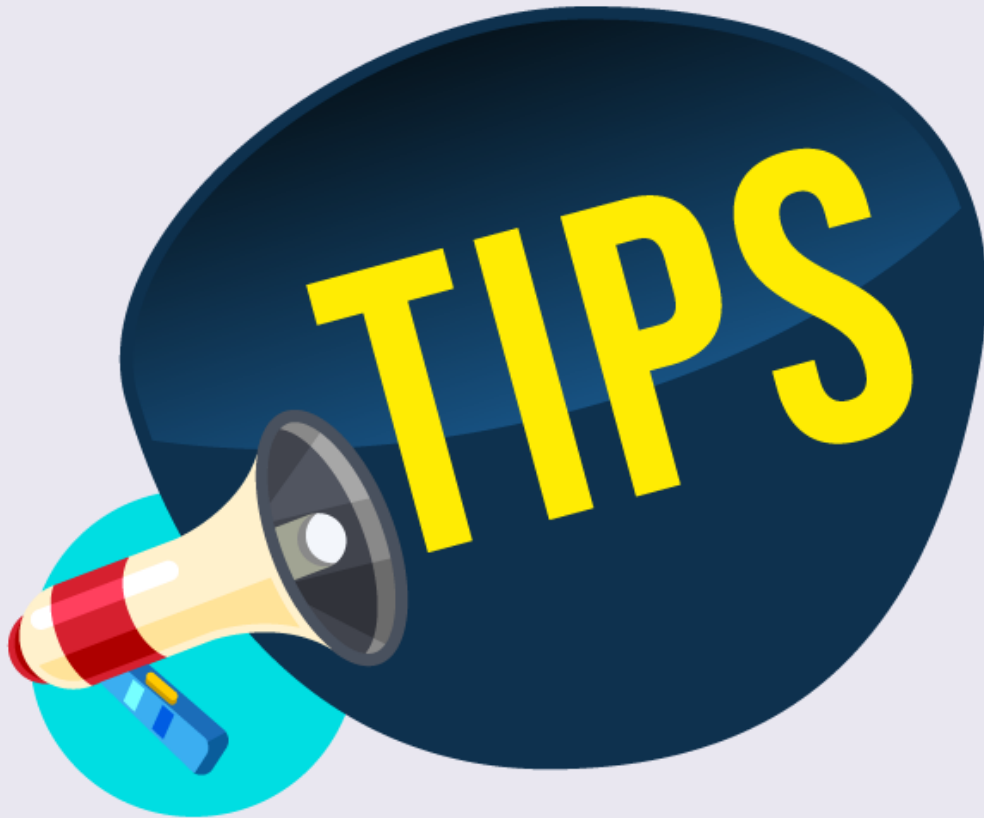
Como ejemplo de esto, puedes ayudarte, como siempre ocurre cuando tienes una tienda en PrestaShop, de algunos de los módulos de los que dispones en su Marketplace oficial. Para esta funcionalidad, uno de los más potentes es el "Módulo All-in-one Rewards", el cual es una potente herramienta que crea una completísima plataforma de fidelización de clientes para todas las personas que hayan comprado al menos una vez en tu negocio.

Este módulo te sugiere decenas de incentivos, con los que podrás "empujar" a tus visitantes a convertirse en clientes, a la vez que apoyas activamente el crecimiento de tus demás plataformas, como tus redes sociales.

5. Mantente relevante dentro de tu sector

Tus clientes no van a pensar en ti a no ser que tú seas el primero en conectar con ellos en primer lugar. Nuestro consejo en este sentido es que regularmente te comuniqués con ellos para mantenerte en el "top of mind" de estos usuarios. Una técnica muy usual en marketing para conseguirlo es el Email Marketing, a través del envío periódico de newsletters informativas y con contenido de valor para ellos. De esta manera, sentirán que siguen siendo importantes para ti y para tu empresa.

Del mismo modo, el marketing de contenidos en tus redes sociales es otro "filón" que deberías aprovechar, publicando noticias, artículos de tu propio blog o de otros blogs de tu sector que puedan interesarles. En el caso de las newsletters, debes asegurarte de que éstas no son excesivamente comerciales, para que así puedas diferenciar el contenido de valor del envío de mailing, otra técnica algo más masiva y quizás bastante más intrusiva.



6. Crear un blog para generar tu propia comunidad

Generar contenidos de valor para crear y fidelizar a una comunidad alrededor de tu propia marca es una de las múltiples utilidades de un blog, tal y como ya habíamos comentado en anteriores artículos de este blog. Por tanto, aunque la ventaja de la que todo el mundo habla en torno al blog es la de posicionar orgánicamente tu negocio digital y mejorar, por tanto, el SEO del mismo. Es por ello por lo que no deberíamos "despreciar" al blog como herramienta de fidelización de clientes.

Y en relación a esta ventaja, deberías saber que con el módulo Professional blog para PrestaShop puedes ayudarte a tener tu bitácora optimizado en diferentes aspectos del posicionamiento SEO, por lo que facilita tu visibilidad en buscadores.

Conclusión

Dentro del tema de fidelización de clientes sin duda, hay un gran debate del que poder compartir la opinión de cada responsable de eCommerce. Pero lo que sí es cierto es que, si pretendes que tu negocio sea altamente competitivo y puedas superar a todos y cada uno de los competidores de tu sector, debes fidelizar a todo aquél usuario que compre por primera vez en tu tienda.

Obviamente, también atraer nuevos clientes, pero, más importante aún si cabe, es que los que ya probaron a comprar tus productos o contratar tus servicios, vuelvan. Sin duda, éste será un factor de éxito de tu negocio y del de cualquier emprendedor que empieza con su propio eCommerce, es por ello que para lograr los objetivos de cualquier tienda en línea debes confiar en estos métodos que desde aquí en Engrane Digital te facilitamos para que puedas obtener los mejores beneficios con tus clientes y lograr tenerlos siempre de vuelta en tu E-Commerce.

Engrane Digital

Guadalajara, Jalisco
Fontaneros 779, Jardines de la paz
Teléfono
(33)44 4499 33
contactogdl@engranedigital.com

Sucursal

Monterrey, NL
Díaz Ordaz 140 torre 2 Piso 20, Santa María
Teléfono
(81) 8865-4311
contactomty@engranedigital.com

Engrane digital S. de R.L. de C.V. © 2012 Todos los
derechos reservados