

Marketing Aplicado

Fidelización de Clientes

Prof. Lic. Hernán Serrano

[Concepto - Fidelización]

La fidelidad es la disposición de una persona para realizar una inversión o hacer un sacrificio personal para afianzar una relación



[Concepto - Fidelización]

**Mantenimiento
de Relaciones Comerciales
a Largo Plazo
con los Clientes más Rentables
de la Empresa.**

[Fidelidad del Cliente]

**La fidelidad del cliente es
mucho mas que vuelva a
comprar...**

[Fidelidad del Cliente]



... Porque NO hay otra línea aérea que ofrezca el mismo servicio ...

[Fidelidad de nuestros Clientes]

Retener buenos **clientes** es mas económico que buscar nuevos clientes ...



[Fidelidad de nuestros Clientes]

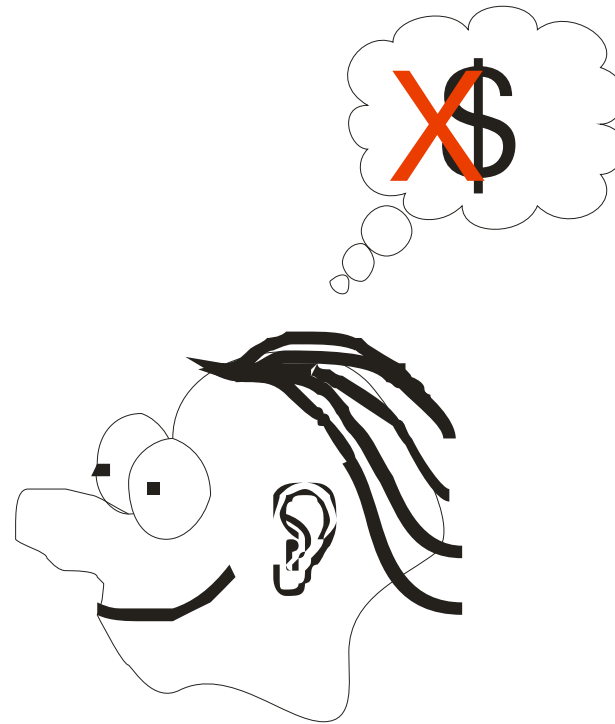
Con **CLIENTES FIELES ...**

**Incrementamos
VENTAS**

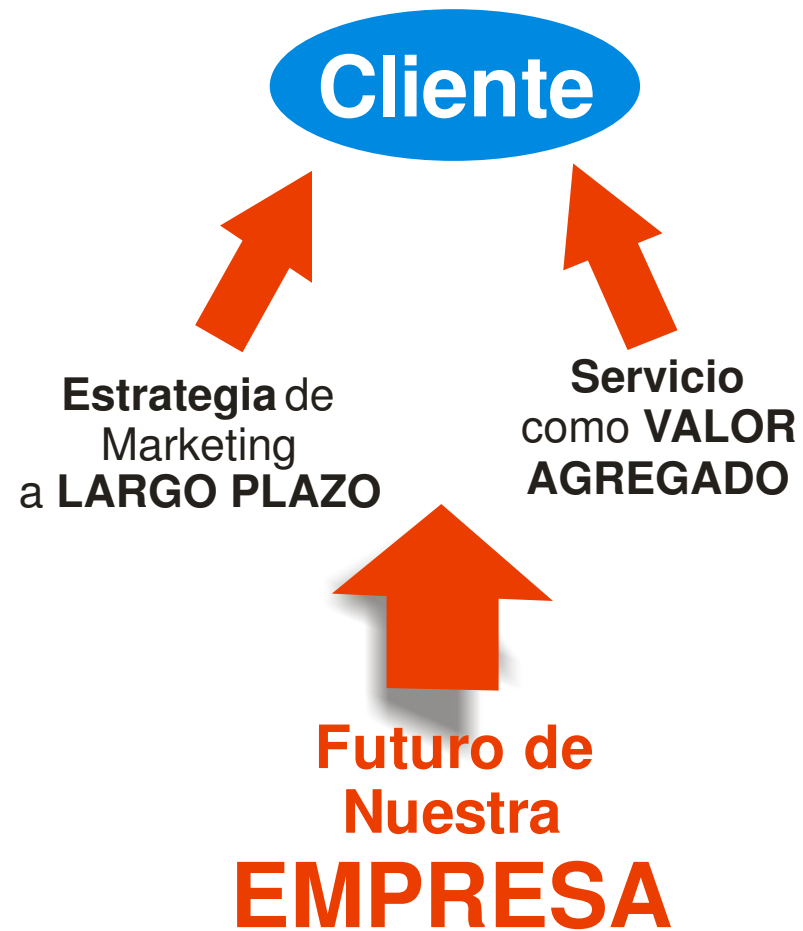


[Fidelidad de nuestros Clientes]

**CLIENTES
FIELES** son
menos
sensibles a
cambios de
Precios ...

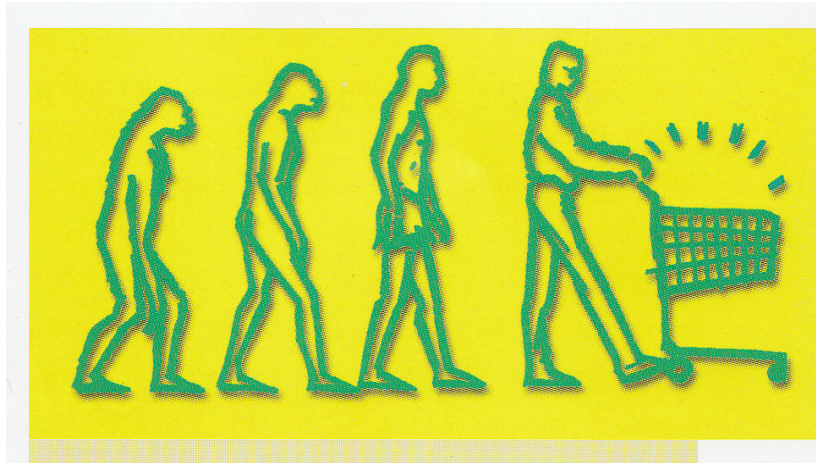


[Fidelidad de nuestros Clientes]



[Fidelidad de nuestros Clientes]

Comportamiento de los consumidores



Evolución:
+ informados
+ atentos a los novedades
cambios de estilo de vida
decisiones de compra “pensadas”

[Factores de la Fidelidad]

- **Satisfacción del Cliente**
- **Percepción del Cliente**
- **Barreras de salida**

[Satisfacción del Cliente]

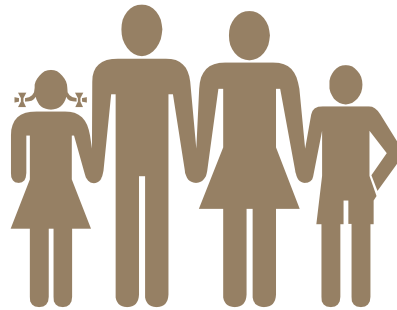
La **Comparación** que realiza cada **Cliente** entre las **expectativas** que tenía **antes de consumir** y la **percepción post-compra ...**

... tiene que ser **POSITIVA**

[Satisfacción del Cliente]

Antes

Expectativas
Imaginación
Sueños



Despues

Valoración subjetiva
Percepción post compra



[Satisfacción del Cliente]

Cómo lograrlo??



Buen trato

Atención personalizada

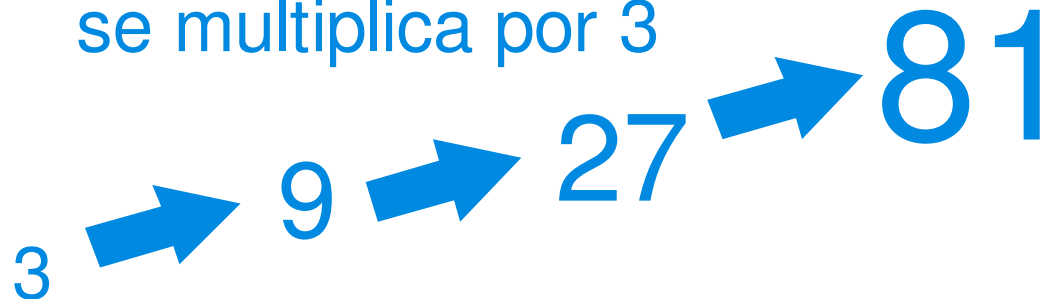
Conocerlos y escucharlos

[Satisfacción del Cliente]

El Buen Trato es muy
IMPORTANTE ...



Un cliente bien atendido
se multiplica por 3



[Satisfacción del Cliente]

Porque si NO ...

Un cliente mal atendido
se multiplica por 11

11 → 121 → 1331



↓
14641
(Personas que hablan
MAL de mi Servicio)

[Satisfacción del Cliente]

BUEN TRATO = SONRISA

Contagia

Mejora caudal de voz

Es + lindo



[Satisfacción del Cliente]

“Quien no sabe sonreír no debería estar frente a un negocio”

Proverbio Chino



[Satisfacción del Cliente]

BUEN TRATO = NOMBRE

Palabra + linda

Ablanda

Se memoriza

Es cortés

Es un stopper

Hola
Tito!

Hola
Pepe!

Hola
Pedro!

Hola
Bonifacio!

[Satisfacción del Cliente]

BUEN TRATO =
IMPORTANCIA e INTERES
en el CLIENTE

Tratarlo con respeto

Humildad en el habla

Debe sentirse importante ...

LO ES ...!!!!!!!

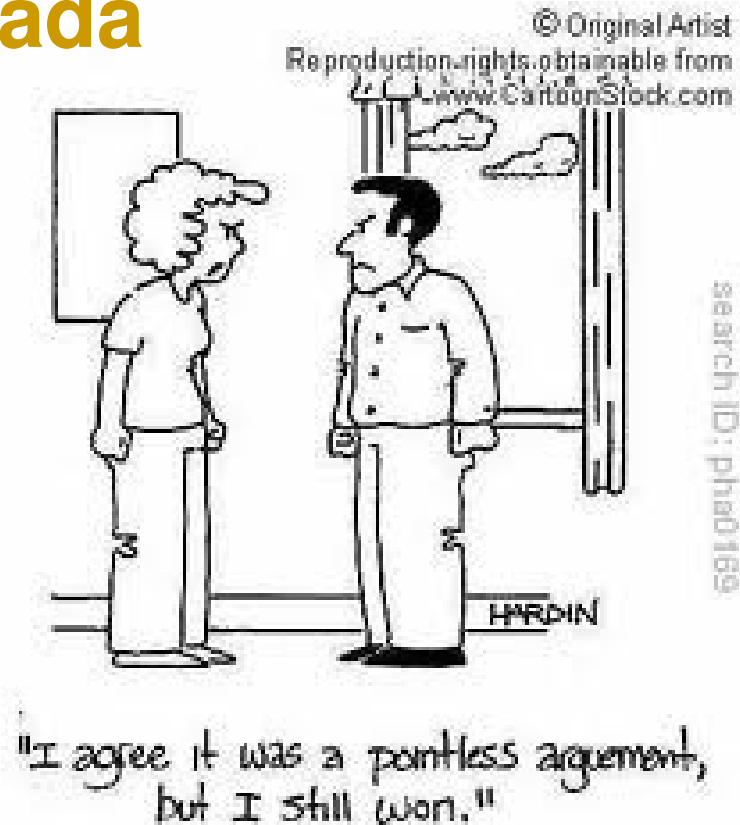
Satisfacción del Cliente

Atención Personalizada

Buenos Modales

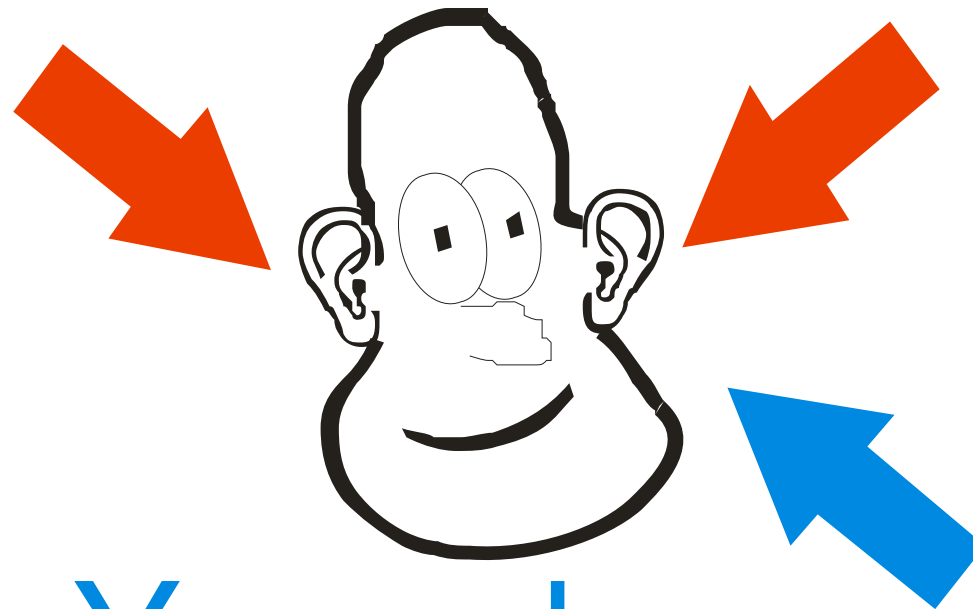
Buen Oyente

Evitar Discutir



[Satisfacción al Cliente]

Si tenemos 2 orejas



Y una boca ...

[Satisfacción del Cliente]

ESCUCHAR + al CLIENTE ...

... de lo que **HABLAMOS!!!!**

No es lo mismo **OIR** que **ESCUCHAR**

La diferencia es la ATENCIÓN

[Satisfacción del Cliente]

- “No es posible simular que uno escucha, la gente se da cuenta”



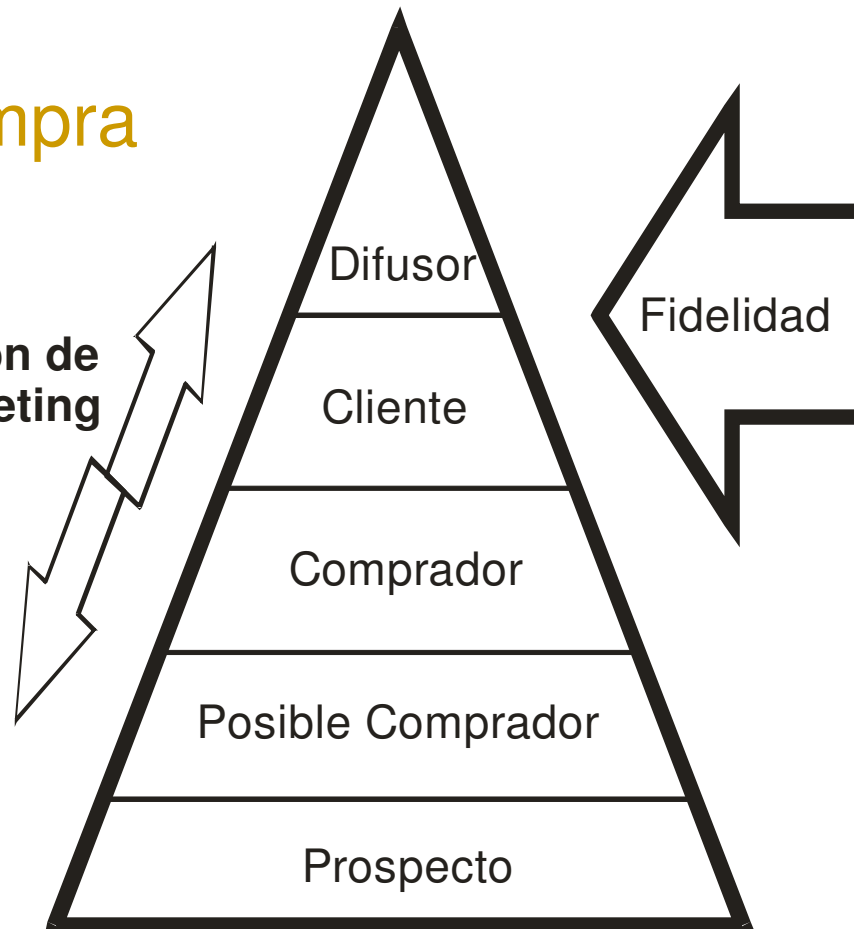
Winston Churchill

Cientes - Consumidores

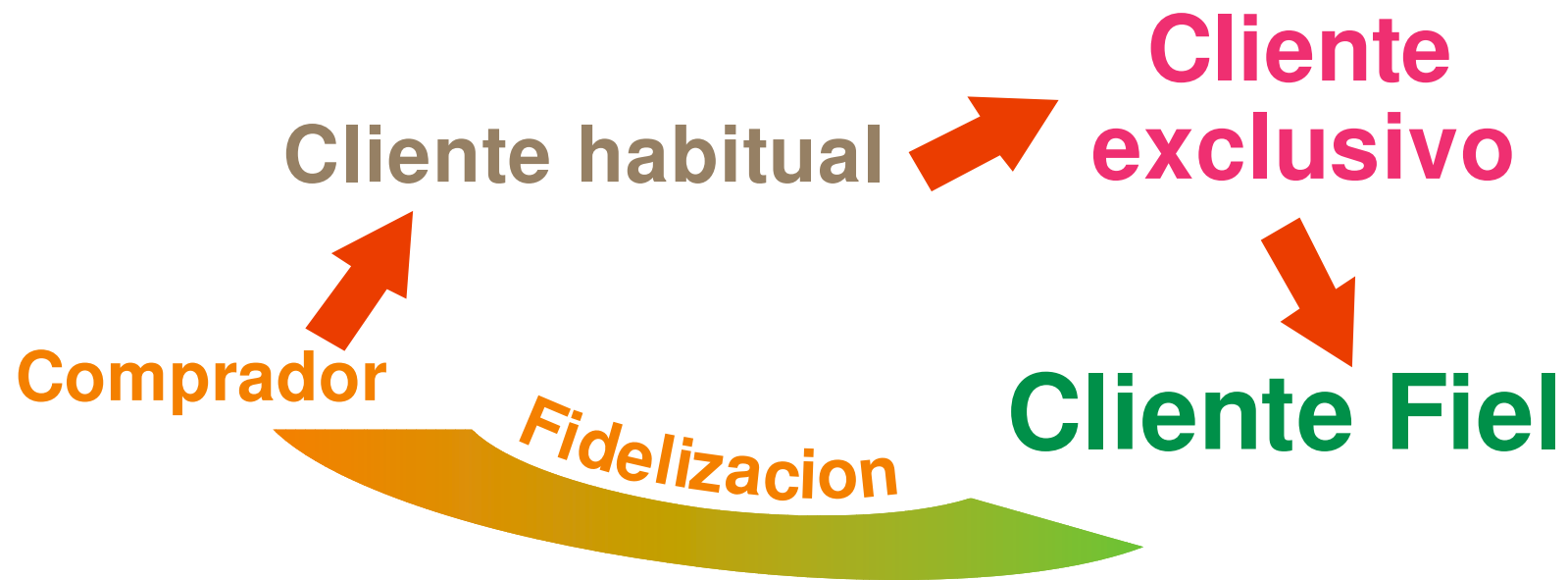
Conductas de compra

Iniciador
Influyente
Decisor
Comprador
Usuario

Acción de
Marketing



[Vínculos con los Clientes]



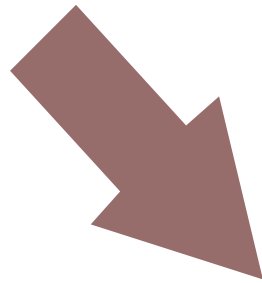
[Objetivo de la Fidelización]

Cliente Fiel = Difusor

[Objetivo de la Fidelización]

La llave del éxito 

Cliente Fiel



Difusor

[Vínculos con los Clientes]

Un DIFUSOR...

- Esta **convencido** de las **ventajas** de **nuestra oferta**.
- **Transmite** a otros consumidores **mensajes positivos** sobre nuestra empresa.
- **Hace publicidad** y recomienda nuestro servicio a otros consumidores.

[Percepción del Cliente]

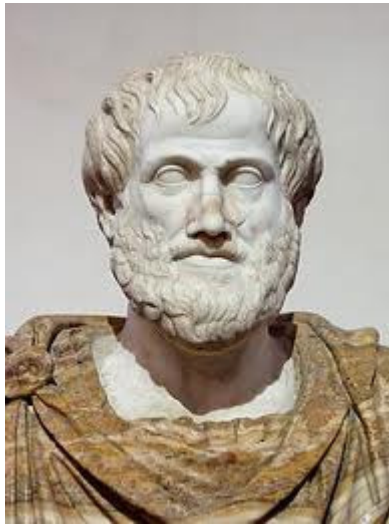
**Cómo se entiende el mundo exterior
a través de los sentidos**

Factor psicológico

La Percepción es la REALIDAD

[Percepción y Fidelización]

“Nada hay en el intelecto que no haya entrado antes por los sentidos”



Aristóteles

[Percepción es la REALIDAD]

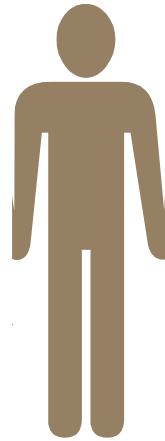


Percepción es la REALIDAD



[Percepción]

~~Competencia~~



Mi producto

**Valor percibido de la oferta de la
competencia**

Percepción y Fidelidad

- Eso en lo que somos **mejores que la competencia**, ese **esfuerzo marginal** que realizamos, debe ser resaltado para que se transforme en una fuente de **ventaja competitiva sostenible**

[Percepción y Fidelidad]

Ventaja Competitiva Sostenible tiene que ver con las **Dimensiones** de nuestro **Producto y/o Servicio**

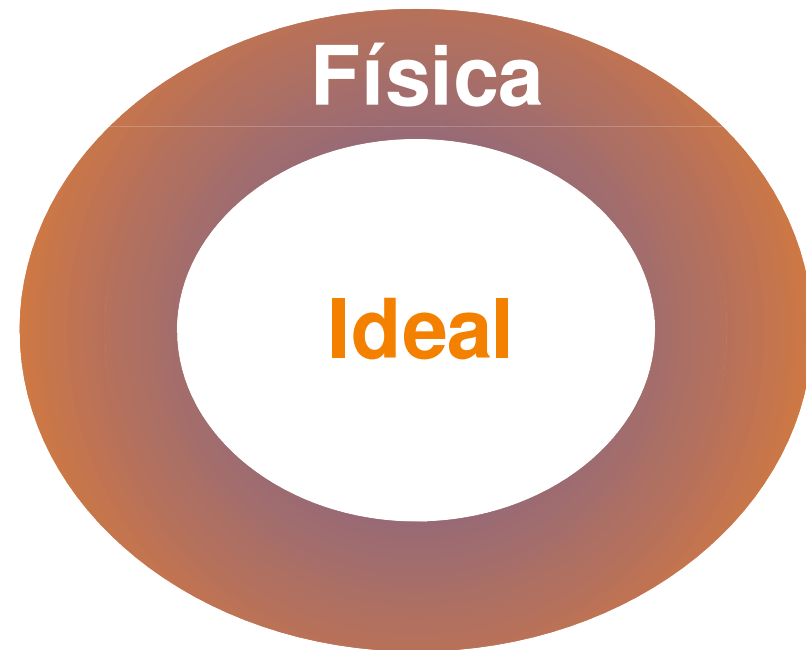
Existen 2 Dimensiones

[Percepción y Fidelidad]

**Dimensiones del
Producto o
Servicio**



**VENTAJA
COMPETITIVA**

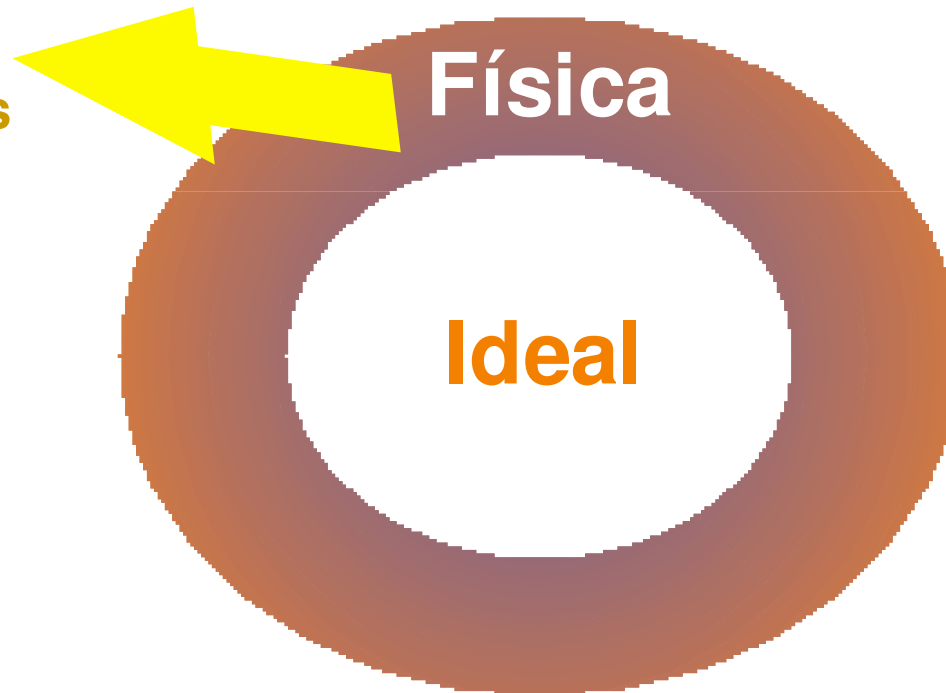


[Percepción y Fidelidad]

Dimensión Física

Atributos funcionales

Tangibles, color,
Forma, tamaño,
Beneficio esencial



[Percepción y Fidelidad]

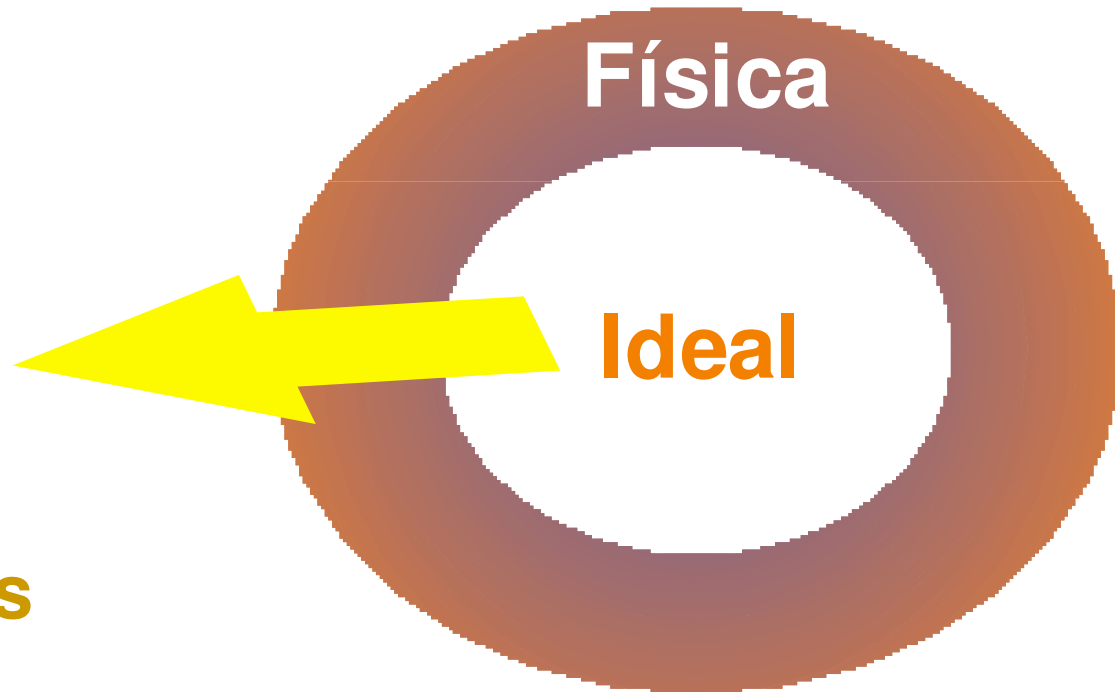
Dimensión IDEAL

Atributos

Simbólicos

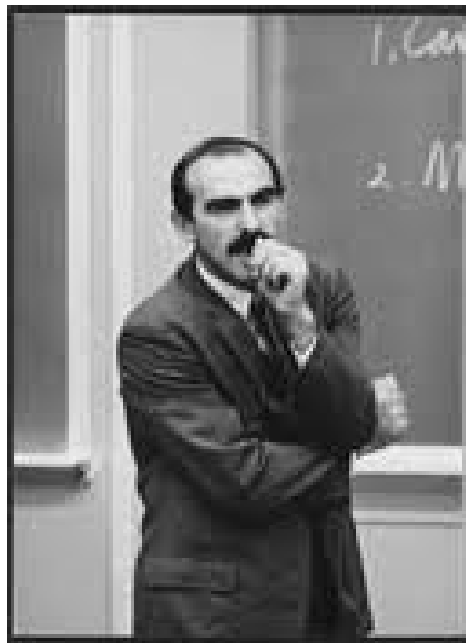
Sueños

Realizaciones



[Percepción y Fidelidad]

**“La gente no compra productos,
compra SOLUCIONES”**



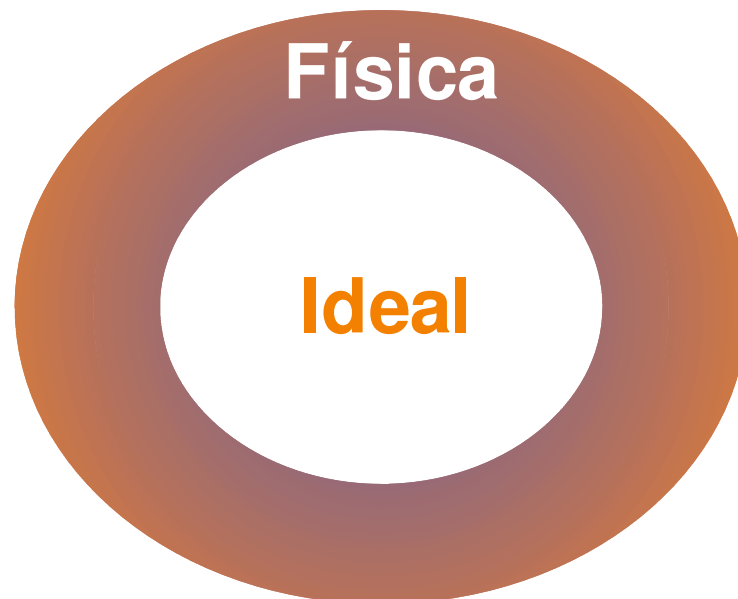
Theodore Levitt

[Percepción y Fidelidad]

Dimensión FÍSICA

RACIONAL

Variables DURAS



Dimensión IDEAL

EMOCIONAL

Sentimientos, gustos,
aspiraciones



**No se Copian
Fácilmente**

[Generación de valor percibido]

El Secreto es...

- Proporcionar **VALOR AGREGADO**
- Comunicar Atributos y **VENTAJAS**
- Vender **SUEÑOS**

[Generación de valor percibido]

El cliente...

- Percibe mayor valor en los **servicios personalizados**
- Capta información para asegurarse que ha **acertado con la compra**

[Valor Percibido - Servicio]



[Barreras de Salida]

- No se trata de una fidelidad tan auténtica cuando el cliente se mantiene con nosotros por los altos costos de cambiarnos.

[Barreras de Salida]

- Si no hay alternativa ...

No hay **CLIENTE FIEL** ...

Hay **CLIENTE CAUTIVO**



Apenas pueda, nos abandona ...

[Causas de la Fidelidad]

- Precio
- Calidad
- Imagen
- Confianza
- Inercia
- Conformidad con el grupo

[Causas de la Fidelidad]

- Evitar riesgos
- No existe otras alternativas
- Costos de cambio
- Costos no monetarios de cambio

[Instrumentos para Fidelizar]

- Servicio de Atención al cliente
- Promociones – Descuentos
- Programas de Fidelización

[Servicio de Atención al Cliente]

- Mejora la atención
- Detecta deficiencias
- Supera conflictos
- Recibe Sugerencias
- Personaliza
- Dependencia RRHH



[Promociones- Descuentos]

- Económico
- Fácil de implementar
- Comunicación efectiva
- Costos fácilmente prorrateados



Lleva 3
Paga 2



[Promociones- Descuentos]

- Beneficio por corto plazo
- Fácilmente copiable
- No existe posibilidad de distinguir categoría de Cliente.



Lleva 3
Paga 2



[Programas de Fidelización]

- Reacciones favorables
- Sentido de pertenencia/grupo
- Subjetividad
- Estrategia Empresaria
- Costos asociados



[Programas de Fidelización]

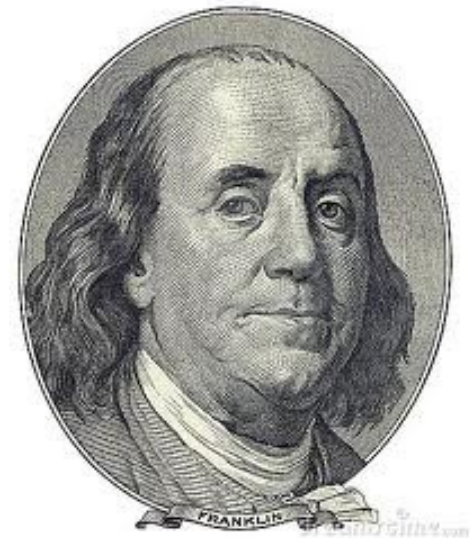


- Estrategia de **LARGO PLAZO**
- Crear **BASES de DATOS**
- Unir online y offline
- Sinergia entre empresas
- Red de **DIFUSORES**

[Programas de Fidelización]

**“Dime, y lo olvido,
enséñame, y lo recuerdo,
involúcrame, y lo aprendo.”**

Benjamín Franklin



[Indicadores]

- Tasa de retención clientes
- Tasa de crecimiento
- Frecuencia de consumo
- Mix de consumo

[En Resumen ...]

Fidelizar es aplicar una **Estrategia de Marketing** concebida y llevada a la práctica, con el fin de hacer que los **Clientes** sean **leales al Producto, Servicio**, a la marca y al punto de venta, con el objetivo de mejorar la **Rentabilidad del Negocio**.