



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO III - TIPOLOGIA CLIENTES Y LOS MOTIVOS DE COMPRAS

Programa incrementando la competitividad para la venta



¡BIENVENIDO!

Estamos en el módulo sobre Tipología de Clientes y sus motivos de compras en las siguientes horas, actualizarás tus conocimientos en el tema

TIPOS DE CLIENTES SEGUN SU ESTATUS

Para poder conocer qué tipo de clientes existen debemos estar conscientes que se le llama **cliente** a aquella persona que solicita un bien o servicio a cambio de un pago.

Entonces, los clientes de toda empresa o negocio son aquellos que contratan de forma ocasional o frecuente los servicios o productos que ofrece.



Del latín **cliens**, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice.

En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio).

Cabe mencionar que los especialistas en marketing y ventas suelen distinguir entre distintas clases de clientes. Los clientes activos son los que, en la actualidad, concretan compras de manera frecuente. Los clientes inactivos, en cambio, hace tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades con la competencia.

TIPOS DE CLIENTES SEGUN SU ESTATUS

Es importante la clasificación de clientes para poder concretar modelos de atención para cada perfil.

1. **Clientes actuales.** Son aquellos que compran periódicamente, bien sean empresas o personas particulares. En definitiva, son aquellos que sostienen la empresa o negocio.
2. **Clientes activos.** Son aquellos que hacen compras con cierta frecuencia y que lo hicieron recientemente o en un periodo de tiempo establecido por la empresa. Este periodo de tiempo dependerá del tipo de empresa o el producto.

3. **Clientes inactivos.** Son clientes que han realizado compras, pero fuera del periodo establecido por la empresa. Son clientes a los cuales se puede recurrir en algún momento, de cara a que vuelvan a comprarnos, previo análisis del motivo de la baja, la frecuencia de compra, etc.
4. **Clientes potenciales.** Son aquellos que no han realizado compras a la empresa, pero que han mostrado interés a través de la solicitud de información, petición de presupuesto, y que cuentan con capacidad de compra pudiendo convertirse en cualquier momento en generadores de ingresos para la empresa.
5. **Clientes probables.** Son clientes que no han comprado nunca a la empresa, y que no han manifestado interés en nosotros. Sin embargo, por sus características consideramos que podrían convertirse en generadores de ingresos a futuro.

Los clientes pueden ser clasificados no solo por el estatus, también se pueden clasificar por:

Volumen de compras en un período de tiempo determinado

- ✓ Por su antigüedad
- ✓ Por la frecuencia de compra
- ✓ Por las líneas de productos que compran
- ✓ Por su grado de influencia, etc.

La decisión de utilizar uno u otro criterio, depende de los aspectos que se considere son determinantes para la empresa y que permiten enriquecer el análisis de estos.