



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO IV - DETECTANDO LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



## LA EXPERIENCIA COMO LA MEJOR HERRAMIENTA DE CONOCER Y DETECTAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

La experiencia del cliente, se basa pues en un trato personalizado, lo que nos lleva sin duda a una ventaja comercial. Para llevar a cabo esta tarea, existen muchas herramientas que nos ayudan en este proceso.

La experiencia del cliente es el conjunto de experiencias que tiene un cliente con una marca durante el tiempo en el que haya una relación de servicio. Mientras mejor sea la experiencia del cliente, mayor es la probabilidad de incrementar la retención de los clientes, generar nuevos leads, incrementar el ticket promedio, etc. Hoy en día se puede decir que la habilidad de una marca para entregar una buena experiencia a sus clientes constituye per se una ventaja competitiva.

En ocasiones esa experiencia puede ser buena, regular o mala, es tu decisión determinar si emprenderás acciones para mejorarla

Contrario a lo que puedas llegar a pensar, la experiencia del cliente no empieza y termina cuando uno de tus clientes visita tu tienda o hace una compra a ti o en tu sitio web. Comienza desde el momento en el que un consumidor conoce por primera vez la marca y se extiende más allá de las llamadas de fidelización al cliente.

En el mismo momento en que tienes clientes y estás interactuando con ellos, estás brindando experiencias. Las interacciones pueden darse en cualquier momento del ciclo de vida del cliente con tu empresa o institución, incluso al momento de atraerlos. Pero también cuando comienzan a usar tu producto o servicio, o cuando necesitan de tu soporte o apoyo, cuando tienen un reclamo, Incluso cuando quieren abandonarte.