

ESTRATEGIAS PARA FIDELIZAR

**TUS CLIENTES DURANTE Y
DESPUÉS DE LA COYUNTURA**



Estrategias para fidelizar tus clientes durante y después de la coyuntura

Construir relaciones de largo plazo con tus clientes es una de las mejores estrategias para lograr que el ciclo de ventas no finalice con la compra, sino que se logre generar lealtad del cliente hacia tu marca, producto o servicio de forma tal que recurra a ellos de forma continua o periódica.

A continuación, te damos 8 tips para fidelizar tus clientes:

Estrategia de fidelización	¿Cómo lo puedes hacer?	¿Cómo lo están haciendo otros negocios?	¿Cómo lo puedes implementar?
Implementa códigos de descuento	<p>Es un código promocional que se genera la mayoría de las veces por página WEB, mediante el cual se genera un descuento al momento de realizar una compra.</p> <p>Este código se puede utilizar para atraer clientes nuevos o por el contrario dárselo a los clientes más antiguos para que lo aprovechen y puedan disfrutar de él.</p>		
Identifica clientes VIP	<p>Es importante aclarar el significado de la sigla VIP, la cual se refiere en inglés a "Very Important Person" lo que traduce "Persona Muy Importante". Para llevar a cabo esta estrategia se puede implementar una tarjeta VIP con la cual los clientes frecuentes de tu negocio tengan acceso a canales preferenciales, como por ejemplo: atención personalizada y mucho más rápida, primicia en nuevos productos y servicios, precios especiales, regalos en fechas especiales, etc.</p>		





Estrategias para fidelizar tus clientes durante y después de la coyuntura

Estrategia de fidelización

¿Cómo lo puedes hacer?

¿Cómo lo están haciendo otros negocios?

¿Cómo lo puedes implementar?

Envíos gratuitos



En tiempos de crisis las compras digitales han tenido todo el protagonismo, es por ello que es una de las mejores estrategias para atraer clientes y sobre todo para fidelizar a los clientes frecuentes, por ejemplo, en los primeros envíos.

Atención personalizada a clientes frecuentes



El consumidor actual exige que la atención sea personalizada, inmediata y que se adapte a sus intereses. Aprovecha las herramientas tecnológicas para registrar los gustos de tus clientes más frecuentes y sus hábitos de compra y ofréceles un canal a través del cual puedan contactarte, genera rápidas y personalizadas que los hagan sentir atendidos de forma preferencial.

Boletín exclusivo de noticias



Un boletín exclusivo de noticias es un contenido que puedes desarrollar para enviar por medio de correo electrónico, con información sobre los productos y/o servicios que ofreces, para que tus clientes conozcan de primera mano las noticias más importantes de tu negocio, como, por ejemplo: promociones, códigos de descuentos, envíos gratis, lanzamientos, etc.



Estrategias para fidelizar tus clientes durante y después de la coyuntura



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

Estrategia de fidelización

¿Cómo lo puedes hacer?

¿Cómo lo están haciendo otros negocios?

¿Cómo lo puedes implementar?

Atiende las quejas



En toda empresa es importante tener un canal de PQRS (Peticiones, quejas, reclamos, sugerencias) y más cuando de fidelizar a los clientes se trata, pues un cliente insatisfecho no tendrá razones para volver a adquirir los productos y/o servicios que ofreces. Recibe las quejas o reclamos de forma asertiva y constructiva, para mejorar estos puntos negativos que están disgustando al cliente, esto le demostrará la importancia que representa para tu negocio.

Mantén contacto con tus clientes



Aunque hayas tenido que suspender temporalmente tus operaciones, debido a la situación actual, no debes olvidar mantener el contacto con tus clientes. Esto se puede lograr por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico, redes sociales o de forma más personalizada por medio del chat.

Presencia en redes Sociales



Mantener las redes sociales activas nos ayudan a publicitar nuestros productos y/o servicios, pero sobre todo sirve como puente para que los clientes no te olviden. Por medio de contenido exclusivo y creativo podremos dar a conocer nuevos productos, promociones, pero sobre todo interactuar con nuestros clientes potenciales, realizar concursos, compartir contenidos, etc. Logra que tus seguidores atraigan otros y sobre todo que recomienden tu empresa