Al tener un negocio, uno de los principales objetivos es mantener una buena relación con los clientes, con el fin de que estos regresen a comprar productos o servicios y se mantengan satisfechos con la atención recibida.

Una de las técnicas para lograr esto puede ser el marketing de fidelización, que por medio de una serie de herramientas, ayuda a que los clientes regresen y a su vez, poder atraer otros clientes potenciales.

Con esta estrategia, una empresa puede recompensar a los clientes por su fidelidad, ya sea con algún descuento, promoción u ofreciendo un catálogo de regalos que resulte más atractivo para los usuarios.

Con el marketing de fidelización, los clientes aprecian el valor que obtienen por sus compras, ya que obtienen beneficios mediante tarjetas de fidelización, premios o descuentos.

La fidelización beneficia a la empresa y al cliente, ésto es porque si un cliente se vuelve fiel a una empresa, es por que le conviene la forma en que lo tratan, obtiene beneficios como se mencionó anteriormente, entre otros aspectos.

Por otro lado, la empresa se beneficia al tener clientes recurrentes, que mantienen ciertos ingresos seguros y que pueden ayudar a promover la empresa entre sus conocidos, lo que puede ayudar a incrementar el número de clientes.

Un método tradicional, que lleva varios años funcionando, son las tarjetas de fidelización, que ofrecen algunos negocios como los supermercados, en las que los clientes pueden acumular puntos y descuentos conforme se realizan consumos en el establecimiento.

Sin embargo, esto puede resultar ya aburrido para algunos usuarios, por lo que un catálogo de regalos puede ser una mejor opción, y puede ayudar a que los clientes consumas más con el fin de ganar algún regalo más atractivo.

Implementación de cross-selling y up-selling

El cross-selling consiste en la oferta de productos parecidos a los que los clientes ya consumieron o mostraron interés, mientras que el up-selling supone la venta de productos o servicios de un mayor valor que la compra anterior.

Estas dos acciones comerciales están ligadas a la fidelización, debido a que cuando los clientes ya conocen la marca, están dispuestos a gastar más en ella.

Un punto importante a tomar en cuenta cuando se trabaja con fidelización, es la satisfacción del cliente. Por medio de herramientas como encuestas, se puede monitorear la opinión de cada cliente y en conjunto, obtener estadísticas para conocer en qué áreas hay problemas y poder optimizar dichas áreas para mejorar la fidelización y satisfacción de los clientes.

Además, es importante tomar en cuenta las opiniones de los clientes cuando no se les pregunta directamente mediante alguna encuesta, esto al observar reseñas y opiniones en Internet, ya sea en buscadores web, redes sociales, entre otros. Por lo general, cuando un cliente tiene alguna opinión sobre un negocio, siempre recurre a Internet para darlo a conocer, aunque generalmente esto suele suceder cuando los comentarios no son buenos.

Debido a esto, es indispensable prestar mucha atención a ese punto y en caso de encontrar información negativa sobre el negocio, poner manos a la obra para corregir lo sucedido.

Si tienes algún comentario sobre esto, no dudes en dejarlo aquí abajo!