



5 TIPOS DE CLIENTES QUE DEBES CONOCER

PARA ARMAR TU ESTRATEGIA
DE FIDELIZACIÓN

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

5 TIPOS DE CLIENTES



Cuando somos emprendedores buscamos satisfacer las necesidades de un tipo de cliente que no encuentra en el mercado el producto o servicio que desea y nosotros desarrollamos nuevas propuestas de valor para llegar a lo que ellos buscan.



En la conquista de nuevos clientes encontraremos personas con distintas personalidades y opiniones.



En un grupo de amigos no todos se comportan de la misma manera cuando realizan compras y su relación con las marcas se basa en gustos, intereses, necesidades y deseos de pertenecer al mundo que representan esas marcas.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

5 TIPOS DE CLIENTES



Cuando haz logrado atraer nuevos clientes a tu negocio, debes trabajar la forma de fidelizarlos a tu marca, tomando en cuenta los distintos tipos de personalidades e intereses presentes en los consumidores.

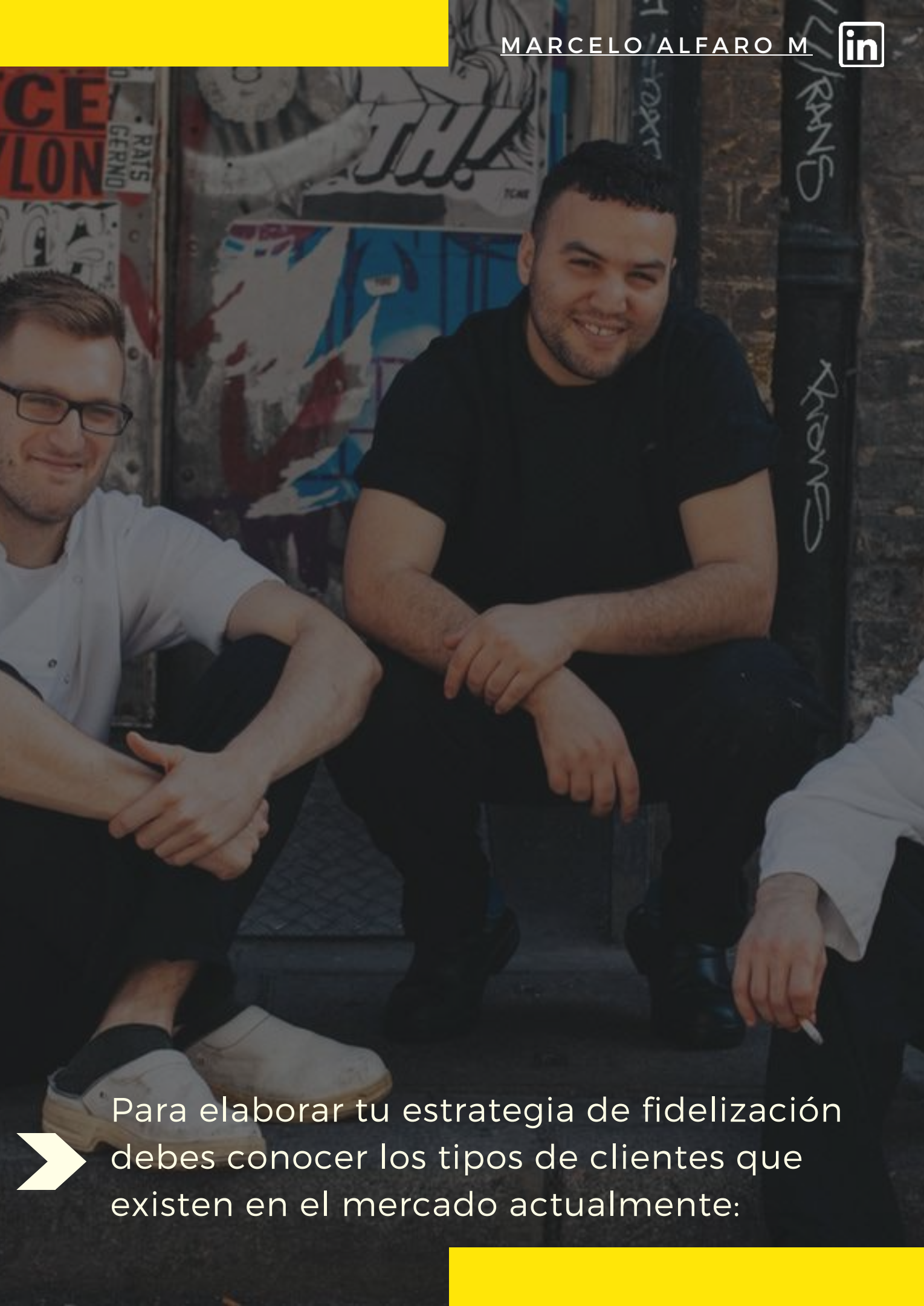


Las personas actuamos en base a nuestras emociones y las decisiones de compra que tomamos muchas veces son influenciadas por ellas, por esto es muy importante considerarlas al momento de armar la estrategia de fidelización de clientes.



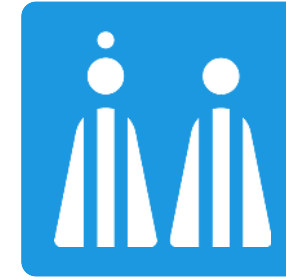
No todos los clientes te costarán lo mismo, por lo tanto tendrás que realizar distintas acciones de marketing para convencerlos de permanecer en la marca y qué realicen las compras que te permitan llegar a tus objetivos.





Para elaborar tu estrategia de fidelización debes conocer los tipos de clientes que existen en el mercado actualmente:

5 TIPOS DE CLIENTES QUE DEBES CONOCER PARA TU ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



1. Clientes Evangelistas



2. Clientes Fieles



3. Clientes Indiferentes



4. Clientes Rehenes



5. Clientes Mercenarios

1. CLIENTES EVANGELISTAS



PRIMER TIPO

Este tipo de cliente se encuentra identificado con lo que representa tu marca, están muy satisfechos con los productos y servicios que ofreces.

MOTIVO

Son el tipo de cliente que toda empresa busca tener, porque difunden entre sus pares lo bueno que son tus propuestas y no necesitas hacer muchos esfuerzos para aumentar su fidelidad a tu marca.

EJEMPLO

La marca Apple cuenta con clientes de este tipo por todo el mundo diciendo lo maravillosos que son los iPhones, Macbooks y los demás productos de la compañía.

2. CLIENTES FIELES



SEGUNDO TIPO

Estos clientes están conformes con los productos y servicios que te compran y que no te fallarán, porque valoran la calidad que entregas en tus propuestas.

MOTIVO

Debes realizar un buen número de acciones que busquen reafirmar que tomaron una buena decisión de compra en tu negocio, para mantener la relación que tienes con ellos.

EJEMPLO

Toyota y Subaru cuentan con clientes fieles a sus productos generación tras generación por la buena durabilidad de sus vehículos.

3. CLIENTES INDIFERENTES



TERCER TIPO

Este tipo de cliente es uno de los que requiere una mayor atención al momento de atraerlos a cualquier empresa, ya que tienden a ser neutrales con las marcas.

MOTIVO

Estos clientes no consideran que sea importante comprar una marca por sobre otra, para satisfacer la misma necesidad. Debes ser muy creativo para lograr que se fidelicen a tu marca.

EJEMPLO

Las generaciones más jóvenes de consumidores son un ejemplo de este tipo de clientes, no les gusta casarse con una marca y van probando distintas propuestas.

4. CLIENTES REHENES



CUARTO TIPO

Son clientes que por alguna razón mantienen relación con tu empresa, cómo la firma de un contrato o falta de opciones atractivas en el mercado.

MOTIVO

No se encuentran satisfechos con tus productos o servicios y no dudarán en irse cuando aparezcan mejores opciones de parte de empresas rivales.

EJEMPLO

En la industria de telefonía móvil los clientes se suscriben a contratos por 18 o 24 meses por un servicio que no es entregado con la calidad ofrecida en un principio.

5. CLIENTES MERCENARIOS



QUINTO TIPO

Toman sus decisiones en base a qué empresa ofrece un precio más bajo para el producto o servicio que está necesitando sin importar que sea de menor calidad.

MOTIVO

No buscan establecer una relación duradera con las marcas, ya que las condiciones de la venta son lo más importante para ellos.

EJEMPLO

Este tipo de clientes son buscadores de precios, no les interesa entablar una relación con las marcas, sólo buscan su conveniencia y un precio bajo.

5 TIPOS DE CLIENTES QUÉ DEBES CONOCER PARA ARMAR TU ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



1. CLIENTES EVANGELISTAS

Están muy satisfechos con tu empresa y te dan a conocer entre sus pares.



2. CLIENTES FIELES

Clientes que no fallan y que están conformes con tus productos y servicios.



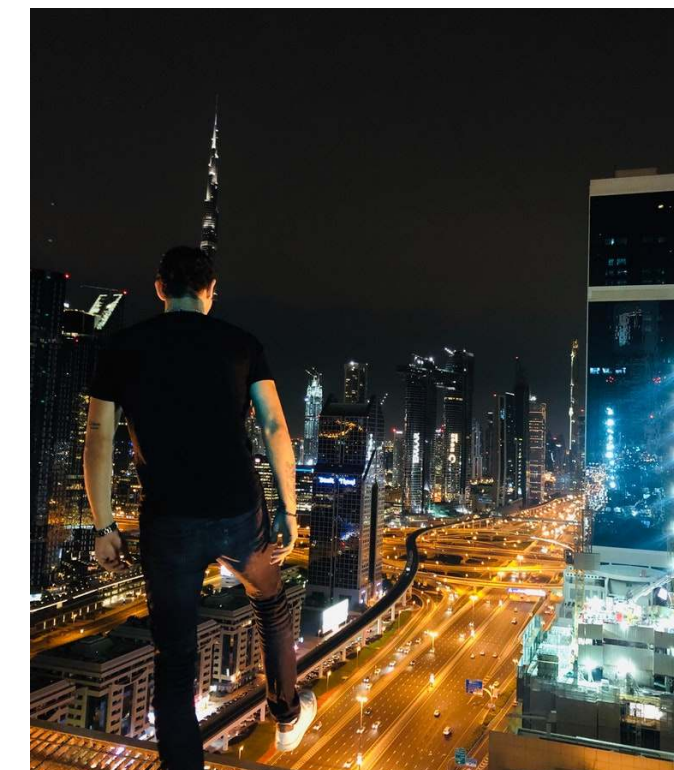
3. CLIENTES INDIFERENTES

Conócelos y trabaja en ello que valoran realmente para atraerlos a tu marca.



4. CLIENTES REHENES

No están contentos con la empresa, no fomentes este tipo de relación con tus clientes.



5. CLIENTES MERCENARIOS

Buscan que el precio sea lo más bajo posible, sin importar que sea de menor calidad lo ofrecido.



MARCELO ALFARO M

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

PLAN DE ACCIÓN



Una vez que haz conocido los tipos de clientes más frecuentes que existen, ahora debes saber qué pasos debes seguir para poder fidelizar a esos clientes que serán fundamentales para el éxito de tu negocio.



Definiendo aspectos que te permitirán hacer visible tu marca entre los consumidores que buscas conquistar y que tienen relación con la imagen de marca que has construido.



Marcas como M&M´s líder en la categoría de chocolates confitados para niños ha conectado emocionalmente con sus clientes a través del simple hecho de compartir el producto entre sus pares.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

PLAN DE ACCIÓN



Una de las reglas más importantes del mundo de los negocios es qué atraer nuevos clientes es más costoso que traer de vuelta a un cliente antiguo.



Esta afirmación se basa en el hecho qué los nuevos clientes deben pasar por una serie de eventos antes de comprar o contratar alguna de nuestras propuestas.



En cambio un cliente antiguo ya nos conoce y podemos argumentar de mejor manera las razones para que vuelva a confiar en nosotros, por este motivo es necesario elaborar un plan de acción para fidelizar a más clientes.



Para mantenerlos contentos y evitar que se vayan a la competencia a través de los siguientes pasos:

5 TIPOS DE CLIENTES QUE DEBES CONOCER PARA TU ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



1. Trabajar Emociones



2. Construir Relaciones



3. Escuchar a tus clientes



4. Fidelizar con Acciones

1. TRABAJAR EMOCIONES



PRIMER PASO

Debes descubrir que emociones puede evocar tu marca en la mente de tus clientes para utilizarlas en tu estrategia de fidelización.

MOTIVO

Las personas establecemos relaciones en base a lo que sentimos al momento de actuar frente a otras personas y a las propuestas que nos ofrecen las empresas.

EJEMPLO

Coca-Cola trabaja el sentimiento de felicidad al momento de tomar una de sus botellas, Audi la adrenalina que sentirás al conducir alguno de sus modelos.

2. CONSTRUIR RELACIONES



SEGUNDO PASO

Aquí debes definir los pilares en los cuáles se fundará la relación que entablarás a lo largo del tiempo con tus clientes.

MOTIVO

Debes generar todas las condiciones para que tus clientes valoran lo que representas como empresa y quieran permanecer por más tiempo contigo comprando tus productos y servicios.

EJEMPLO

Carozzi con más de 100 años de presencia en el mercado, recuerda los distintos momentos en la historia que han sido parte de la familia chilena.

3. ESCUCHAR A TUS CLIENTES



TERCER PASO

Este paso es el más importante para tener éxito en tu estrategia, debes escuchar la opinión de tus clientes, preguntándoles cuál es su experiencia con tu marca.

MOTIVO

Descubrir qué iniciativas los hicieron felices, cuáles no los convencieron y que cambiarían ellos para estar más satisfechos con las propuestas que hace tu empresa.

EJEMPLO

Puedes hacer encuestas telefónicas, formularios online o entrevistas a tus clientes.

4. FIDELIZAR CON ACCIONES



CUARTO PASO

Define las acciones que son más efectivas con tus clientes y qué otras iniciativas debes desarrollar para sorprenderlos una vez que ya has escuchado sus opiniones.

MOTIVO

Todas las acciones que crees debe estar pensadas con el objetivo de satisfacer aún más a tus clientes, para que sientan que tu marca estará con ellos en todo momento entregando mejores beneficios.

EJEMPLO

Puedes repetir los beneficios y promociones que obtuvieron mejores valoraciones de parte de tus clientes y siempre buscar nuevos beneficios para ofrecer.

4 PASOS PARA ARMAR TU ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES



1. TRABAJAR EMOCIONES

Descubre qué emociones puedes utilizar para tu estrategia de fidelización de clientes.



2. CONSTRUIR RELACIONES

Crea las condiciones para que tus clientes quieran permanecer por más tiempo contigo.



3. ESCUCHAR A TUS CLIENTES

Pregúntales cuáles son las acciones que aumentan su satisfacción con la empresa.



4. FIDELIZAR CON ACCIONES

Crea acciones que aumentan la satisfacción de tus clientes con tus propuestas.



MARCELO ALFARO M

MARCELO ALFARO M.

CREADOR DIGITAL



PROPÓSITO

Qué mis conocimientos, éxitos y fracasos sirvan para que más personas tengan la empresa de sus sueños.



EXPERIENCIA

Desde el año 2013 me he dedicado a trabajar en áreas de marketing y emprendimiento digital.



ESTUDIOS

Ingeniero Comercial, Máster en Marketing, Cursos de Marketing Digital y Publicidad en Internet.



PRÓXIMO EBOOK



Descubre cómo mantener la relación con tus clientes a través del marketing relacional.



Sigue aprendiendo más sobre el marketing y los negocios con nuestros contenidos gratuitos.



Aalbrand