

The background features a dark blue gradient with several overlapping circular patterns. Some are solid lines, while others are dashed. Numbers like 140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, and 260 are scattered across the circles. The main title is centered in white, bold, sans-serif font.

LA FIDELIZACION DE CLIENTES COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO SOSTENIDO

ING. MARIANA PIZZO

LIC. LUCRECIA GORDILLO

ABRIL 2015

LA HISTORIA DETRÁS DE ESTE CURSO



- Intereses del vendedor.
- Falta de visión compartida: cuáles son clientes estratégicos.

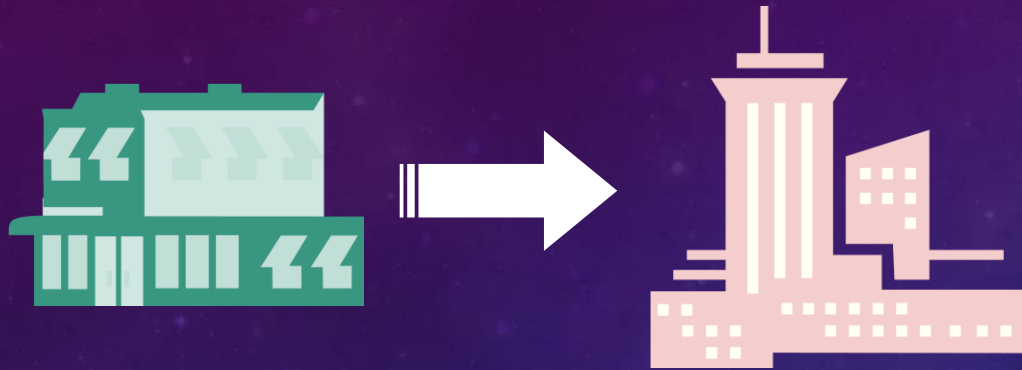
LA HISTORIA DETRÁS DE ESTE CURSO



- Múltiples decisores. Diferentes intereses.
- Experiencia integral del cliente – ciclos de compra sustentables



LA HISTORIA DETRÁS DE ESTE CURSO



Estrategias de fidelización basadas en la experiencia del cliente, para alcanzar un éxito empresarial sustentable.

PARA QUIÉN ES ESTE CURSO

- Necesitan una **estrategia clara** para hacer crecer sus ventas en forma sostenida.
- Saben que tienen **clientes de alto valor potencial** pero hoy están desaprovechados. Necesitan concentrar sus esfuerzos en esta oportunidad.
- Necesitan prepararse para **competir en mercados globales**, asegurándose de mantener en el tiempo a los clientes que tanto cuesta conseguir.
- **Sus clientes no demuestran fidelidad**, alternan con otros proveedores, expresan disconformidad o indiferencia y hay riesgo de perderlos.



LA PROPUESTA

*Identificar y fidelizar a sus clientes de alto potencial,
para aumentar las ventas en forma sostenida
y ganar nuevas oportunidades de negocios.*

TEMAS QUE RECORREREMOS HOY

- Qué es un cliente fiel.
- Oportunidades de crecimiento a partir de la fidelización de clientes.
- Gestión sistemática de la fidelización.
- Cómo iniciar una estrategia de fidelización.

TEMAS QUE RECORREREMOS HOY

- **Qué es un cliente fiel.**
- Oportunidades de crecimiento a partir de la fidelización de clientes.
- Gestión sistemática de la fidelización.
- Cómo iniciar una estrategia de fidelización.

QUÉ ES UN CLIENTE FIEL

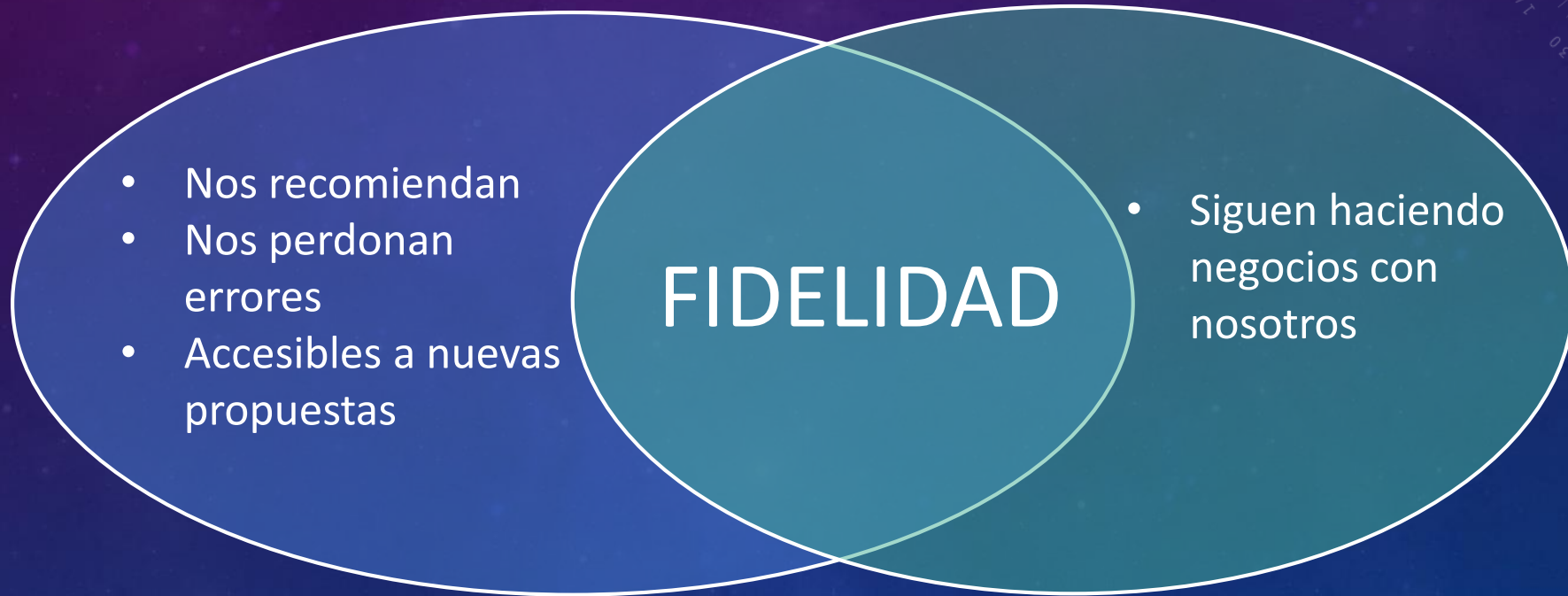
Actitud

- Nos recomiendan
- Nos perdonan errores
- Accesibles a nuevas propuestas

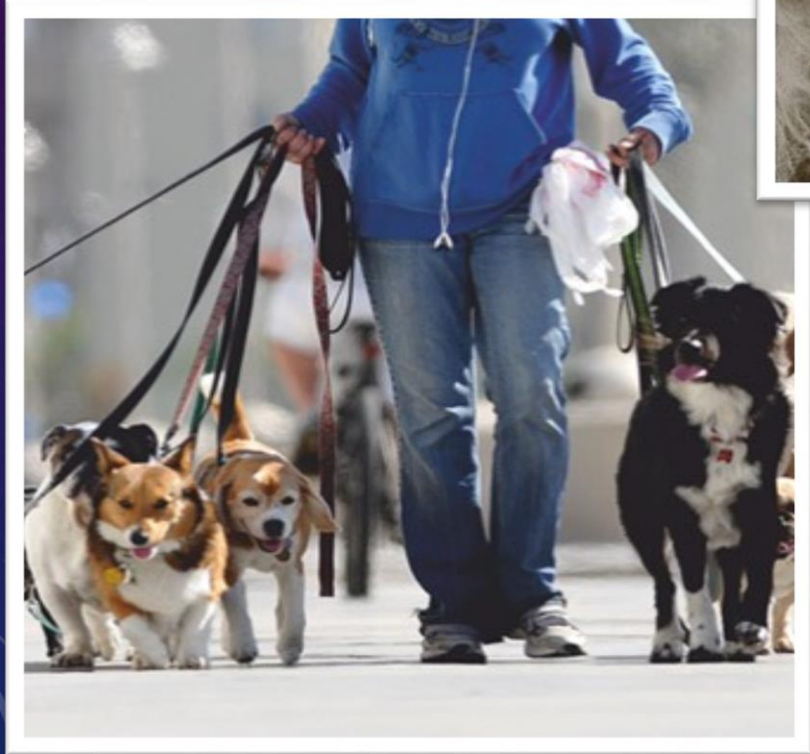
Comportamiento

- Siguen haciendo negocios con nosotros

FIDELIDAD



1



2



3



QUÉ ES UN CLIENTE FIEL

Actitud

FIDELIDAD

Comportamiento

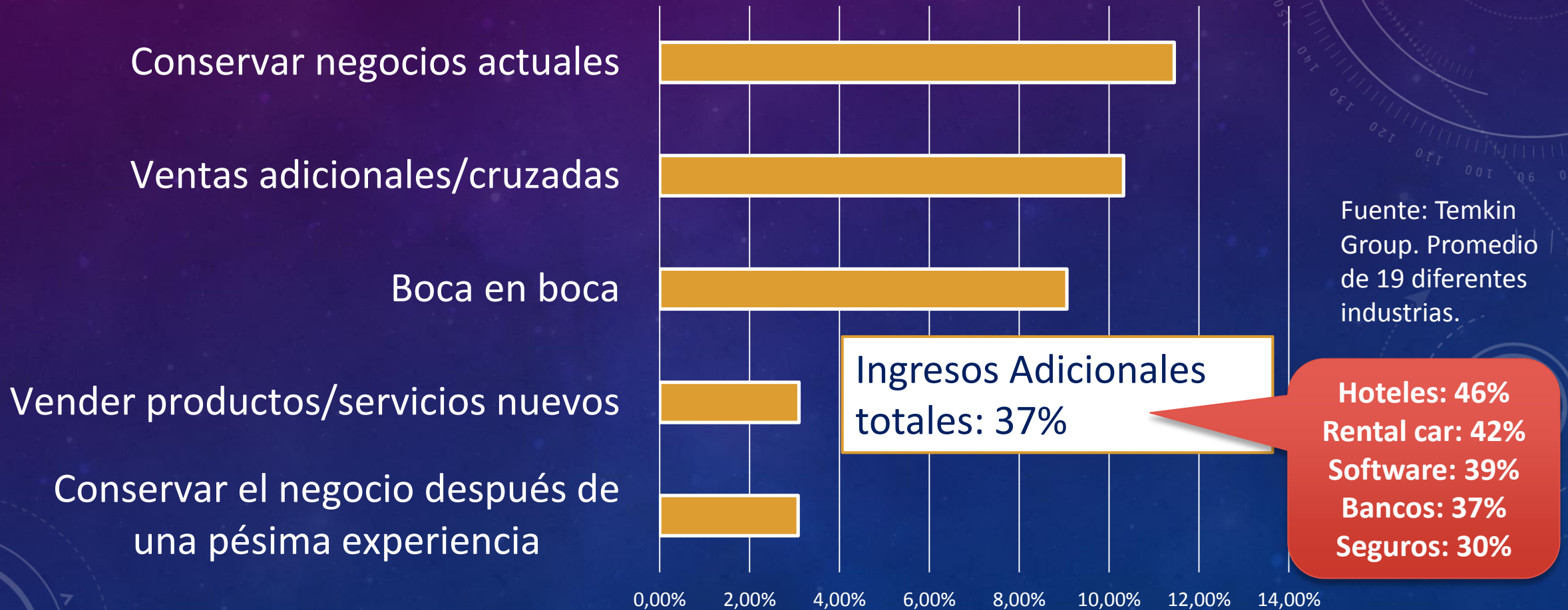


TEMAS QUE RECORREREMOS HOY

- Qué es un cliente fiel.
- **Oportunidades de crecimiento a partir de la fidelización de clientes.**
- Gestión sistemática de la fidelización.
- Cómo iniciar una estrategia de fidelización.

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO A PARTIR DE LA FIDELIZACIÓN

Ingresos adicionales (3 años) mejorando la experiencia del cliente



EMPRESAS LÍDERES QUE APOSTARON A LA FIDELIZACIÓN

CDW

Products Solutions & Services Account Center

All Product Catalog Search for...

Hardware Software Brands Best Deals Product Finders Favorites

Select Your Homepage | **WELCOME TO CDW**

THE FUTURE OF IT

IMAGINE WHERE YOUR BUSINESS COULD GO FROM HERE.

[TAKE A LOOK](#)

EXPERTS WHO GET IT
Get straight IT talk, straight from our IT experts, in our blog.
[Read Now »](#)

WEEKLY DEALS
Get our Deal of the Week delivered right to your inbox!
[Check It Out »](#)

CDW EXCLUSIVE
Shop Canon's imageFORMULA DR-M160II & DR-C225 scanners.
[View Now »](#)

CDW

Proveedor líder de soluciones tecnológicas para negocios, gobierno y educación.

EMPRESAS LÍDERES QUE APOSTARON A LA FIDELIZACIÓN

CDW

Desafío

Con un programa de experiencia y fidelización de clientes de más de 10 años, vieron la oportunidad que representaban sus **clientes promotores**. Querían encontrar un modo para reunirlos y capitalizar esa fidelidad.

Qué hicieron

Trabajaron en sociedad con Zuberance, una compañía de marketing en redes sociales. Crearon un modo de alentar a los clientes fieles a escribir una reseña que después podían compartir en las redes sociales y otros sitios.

Resultados

Descubrieron que los clientes fieles gastan el doble o más y tienen un valor de cliente que equivale a 14 veces el promedio. Los visitantes que leen las reseñas permanecen más tiempo en el sitio y recorren más páginas.

Fuente: Walker's Success Stories



PUBLICACIONES DE LA PÁGINA



AFCEA ENERGY

28 de enero a la(s) 14:19

A "Mega-THANKS!!" to CDW Corporation (CDW-G) for their Megawatt support of AFCEA ENERGY Mardi Gras Ball to benefit The Comfort Crew

<https://www.signup4.net/Public/ap.aspx?EID=AFCE45E&TID=zlmnJ0W5OZgHXIPfs5H%2BjA%3D%3D>



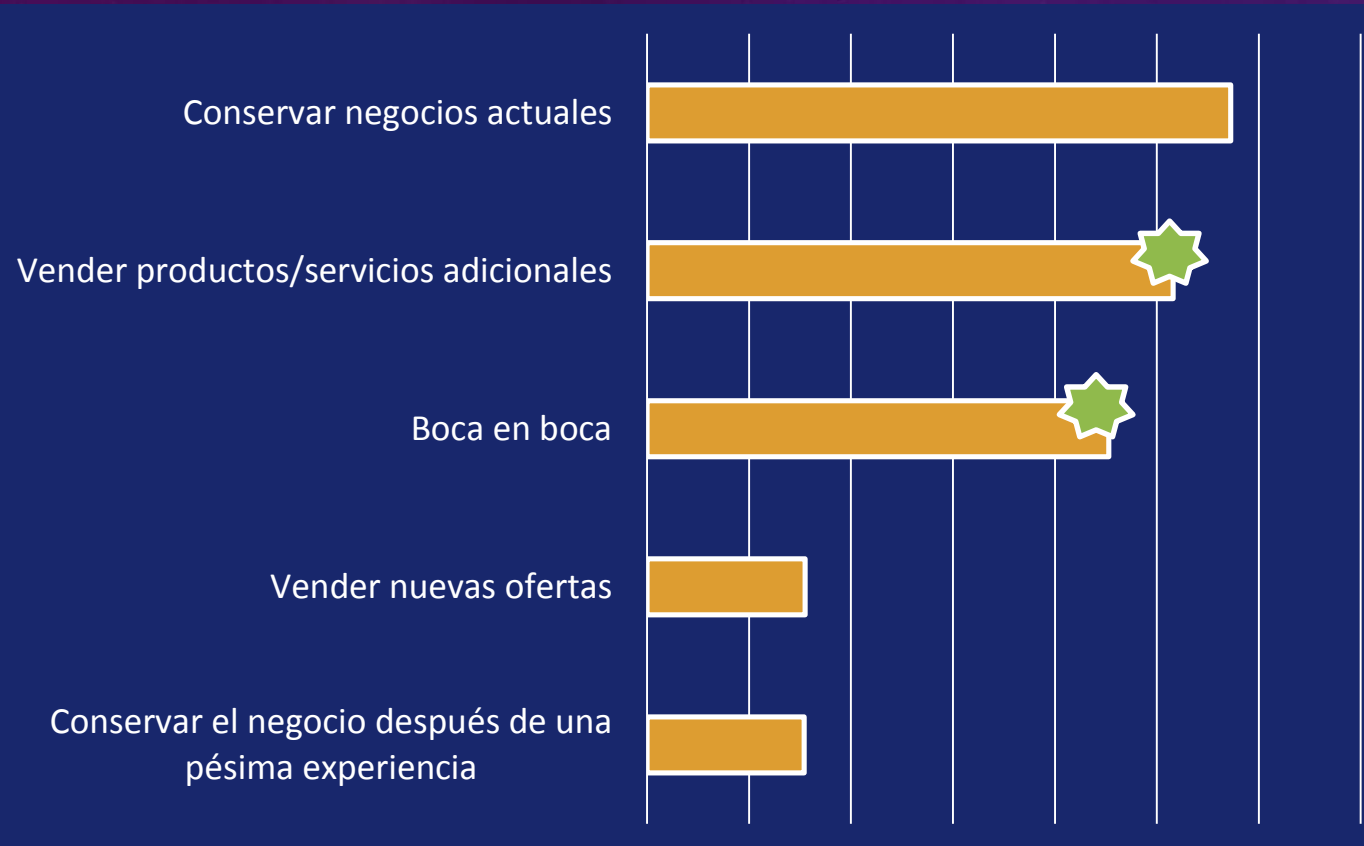
Me gusta · Comentar · Compartir



2

EMPRESAS LÍDERES QUE APOSTARON A LA FIDELIZACIÓN

CDW



Resultados

Descubrieron que los clientes fieles gastan el doble o más y tienen un valor de cliente que equivale a 14 veces el promedio.

Los visitantes que leen las reseñas permanecen más tiempo en el sitio y recorren más páginas.

Fuente: Walker's Success Stories

EMPRESAS LÍDERES QUE APOSTARON A LA FIDELIZACIÓN

Empresa Manufacturera

Desafío

Establecer credibilidad y generar retorno de corto plazo.

Enfocarse primero en **mejorar las relaciones** con sus clientes escuchando sus ideas y opiniones.

Qué hicieron

Identificaron a los **clientes en riesgo** y aquellos con oportunidad de **venderles más**.

Configuraron alertas para que los ejecutivos de cuentas los detecten y les den un **seguimiento inmediato**.

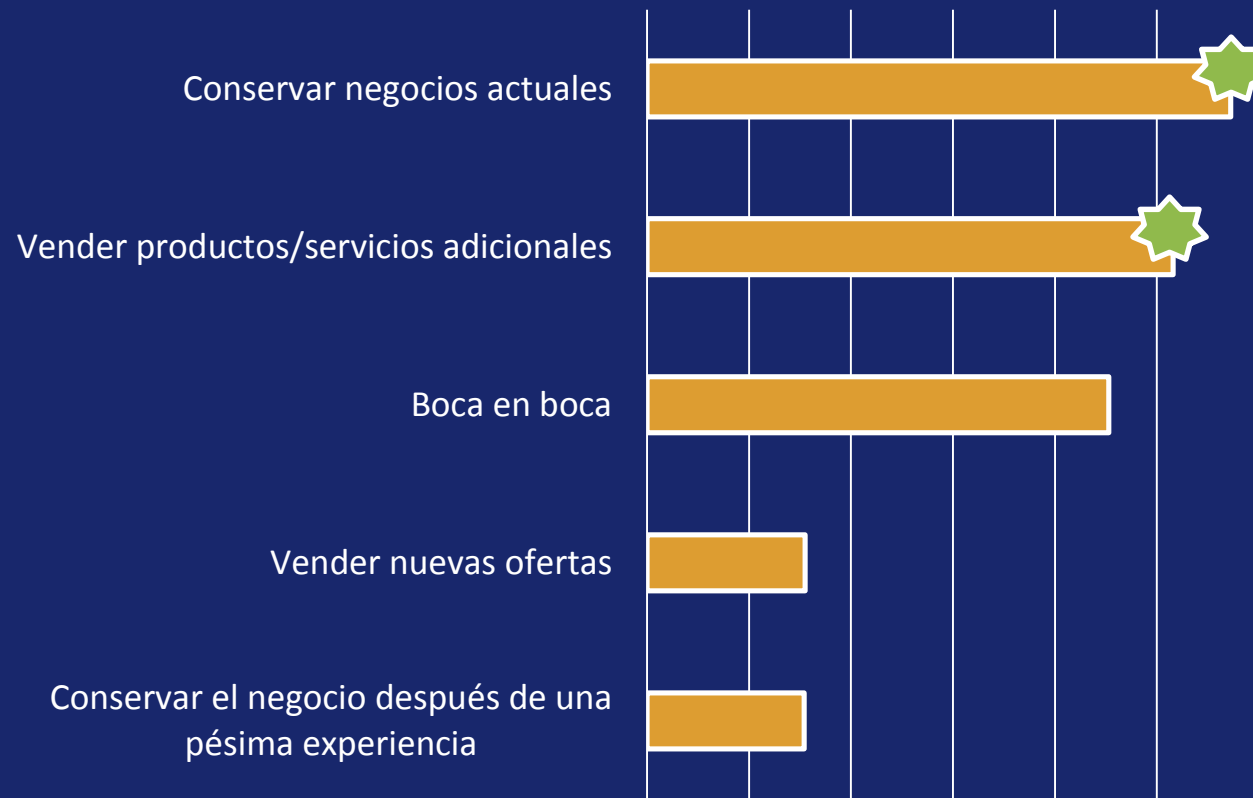
Resultados

Lograron **salvar cuentas** que de otro modo se hubieran perdido (u\$s 67 millones salvados)

Aprovecharon oportunidades que hubieran pasado desapercibidas (u\$s 80 millones en ingresos agregados)

EMPRESAS LÍDERES QUE APOSTARON A LA FIDELIZACIÓN

Empresa Manufacturera



Resultados

Lograron salvar cuentas que de otro modo se hubieran perdido (u\$s 67 millones salvados)

Aprovecharon oportunidades que hubieran pasado desapercibidas (u\$s80 millones en ingresos agregados)

Fuente: Walker's Success Stories

TEMAS QUE RECORREREMOS HOY

- Qué es un cliente fiel.
- Oportunidades de crecimiento a partir de la fidelización de clientes.
- **Gestión sistemática de la fidelización.**
- Cómo iniciar una estrategia de fidelización.

GESTIÓN SISTEMÁTICA DE LA FIDELIZACIÓN



GESTIÓN SISTEMÁTICA DE LA FIDELIZACIÓN

Desafío

Dificultad para **comunicar al cliente** su valor diferencial.

No resultaban claros cuáles procesos hacían el **mayor aporte de valor al cliente**.

Resultados

Creamos un **sistema de servicio** que asegura el valor diferencial en cada proceso.

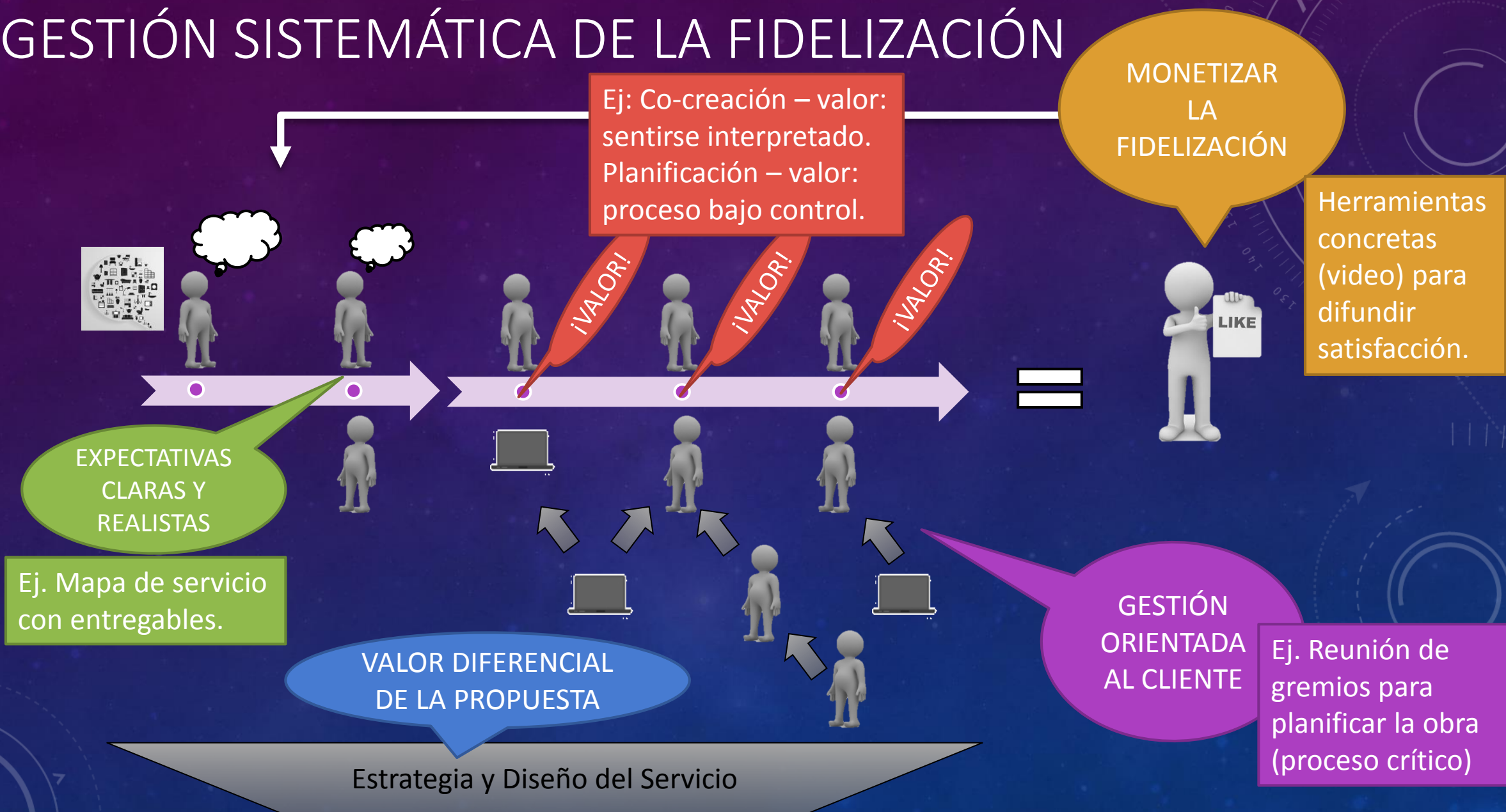
Elaboramos un **mapa visual** que le servirá en la comunicación con el cliente y con su equipo interno, para gestionar y mejorar el sistema.

Planificamos la **prestación del servicio** para conducir al cliente a través de una experiencia de alto valor percibido.

Ar&Co



GESTIÓN SISTEMÁTICA DE LA FIDELIZACIÓN



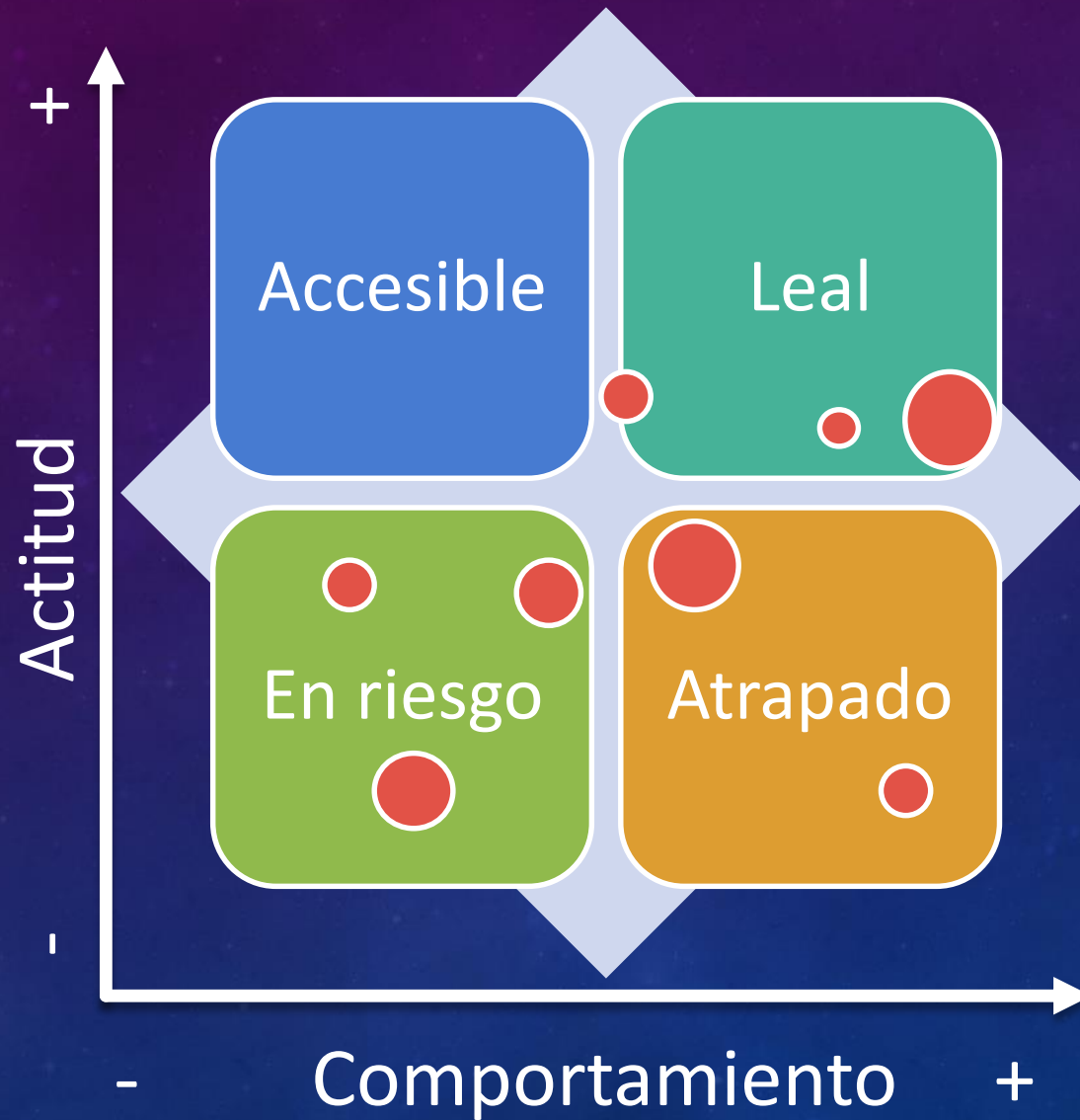
GESTIÓN SISTEMÁTICA DE LA FIDELIZACIÓN



TEMAS QUE RECORREREMOS HOY

- Qué es un cliente fiel.
- Oportunidades de crecimiento a partir de la fidelización de clientes.
- Gestión sistemática de la fidelización.
- **Cómo iniciar una estrategia de fidelización.**

CÓMO INICIAR UNA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



VALOR DEL CLIENTE



Ingresos

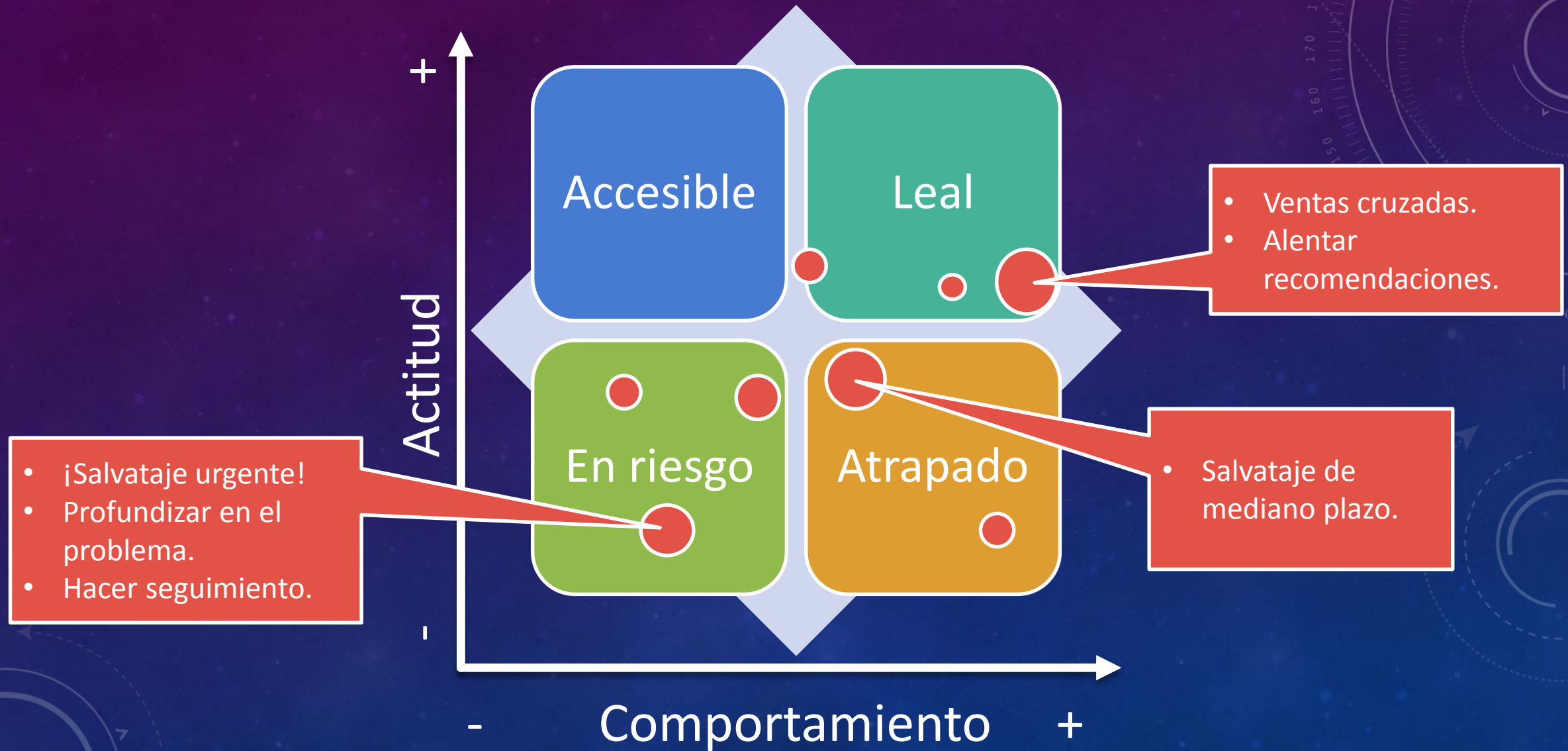
+

Margen de utilidad

+

Potencial

CÓMO INICIAR UNA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



5 PASOS PARA FIDELIZAR CLIENTES ESTRATÉGICOS

1. Identificar clientes de alto potencial.
2. Elaborar una estrategia de fidelización personalizada.
3. Elaborar un plan de acción: simple, claro, enfocado.
4. Implementar las acciones.
5. Verificar resultados y capitalizar aprendizajes.

The background features a gradient from dark purple on the left to dark blue on the right, overlaid with a field of small white stars. On the left side, there are several technical diagrams: a large circular scale with tick marks and numbers (140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, 260) and several smaller circular diagrams with arrows indicating clockwise or counter-clockwise rotation.

PREGUNTAS

- Encuesta IDITS
- Interés próximo curso
- Entrevistas personales

¡MUCHAS GRACIAS!