

A close-up photograph of a human hand reaching out, with the index finger extended. Overlaid on the image is a network diagram consisting of several circular nodes of varying sizes connected by thin, light-colored lines. The background is a soft gradient of green and blue.

Emprende con
arsys

Diseñar una campaña para fidelizar clientes

emprendeconarsys.blog



- **¿Sabes que es más fácil fidelizar a un cliente que captar a uno nuevo?** Te enseñamos a diseñar una campaña de fidelización.
- Un cliente satisfecho no solo volverá a comprar tu producto o servicio, sino que también te recomendará a otros clientes.

La relación con tu cliente no termina cuando ha comprado tu producto, lo primero que tienes que aprender es que ese es solo el comienzo. **La relación entre tus clientes y tu empresa es como una relación de pareja: debes enamorarles cada día, sino, se irán con otro.**



Claves para enamorar a tus clientes

Ponerle un anillo a tu pareja no significa necesariamente que vaya a estar contigo para siempre. Lo mismo ocurre, por ejemplo, cuando firmas un pacto de permanencia con una empresa de telefonía móvil, no significa que estés con ellos voluntariamente ni que te vayas a quedar para siempre.

Para enamorar a tus clientes tendrás que ser mucho más hábil y puedes utilizar las siguientes **claves**:

1. Personaliza: tus clientes tienen nombre e intereses. Cuando llamas a una compañía para resolver alguna duda, lo primero que te preguntan es tu nombre. Es un método excelente para acercarse a ti y que sientas que te tratan como una persona y no como un número.

Cuando realices campañas de **email marketing** ocurrirá lo mismo, debes dirigirte de forma personal a cada cliente, ofrecerle lo que se adapte a sus necesidades. Por tanto, segmenta los envíos ya que no a todo el mundo le interesa lo mismo. También es importante que controles la frecuencia de envíos para que a tus destinatarios no les resulte pesado o lleguen a olvidarse de ti.

2. Aprende a dar toda la información.

No importa si tu cliente te ha llamado veinte veces, explícale todo lo que necesite, cuanta más información tenga y más clara se la des, más satisfecho se sentirá y más fiel le será a tu compañía.

3. Pide perdón siempre que sea

necesario. Todos cometemos errores, lo importante es pedir perdón y encontrar una solución. Tu cliente te valorará de forma positiva.





4. Mantén el contacto. Tus clientes deben sentir que estás ahí, que puedes ofrecerles lo que necesitan. Utiliza los emails o las llamadas de teléfono (sin ser invasivo o pesado) para comunicarte cada cierto tiempo.

5. Aplica la excelencia a tu atención al cliente. Forma a tu equipo de manera constante para que la atención al cliente sea siempre excepcional, para que se resuelvan dudas y se haga un seguimiento de cualquier problema que surja.

6. Vende experiencias, no productos o servicios. ¿Te has fijado en los anuncios de coches? No te están vendiendo el coche, sino la experiencia de conducir un BMW o un Volvo. **Lo importante es generar emociones que conmuevan a tu cliente y que las identifique con tu marca.**

Como en cualquier relación, en la que tienes con tu cliente, se trata de aplicar el sentido común y ponerse en el lugar de la otra persona para saber cómo se siente y lo que necesita.

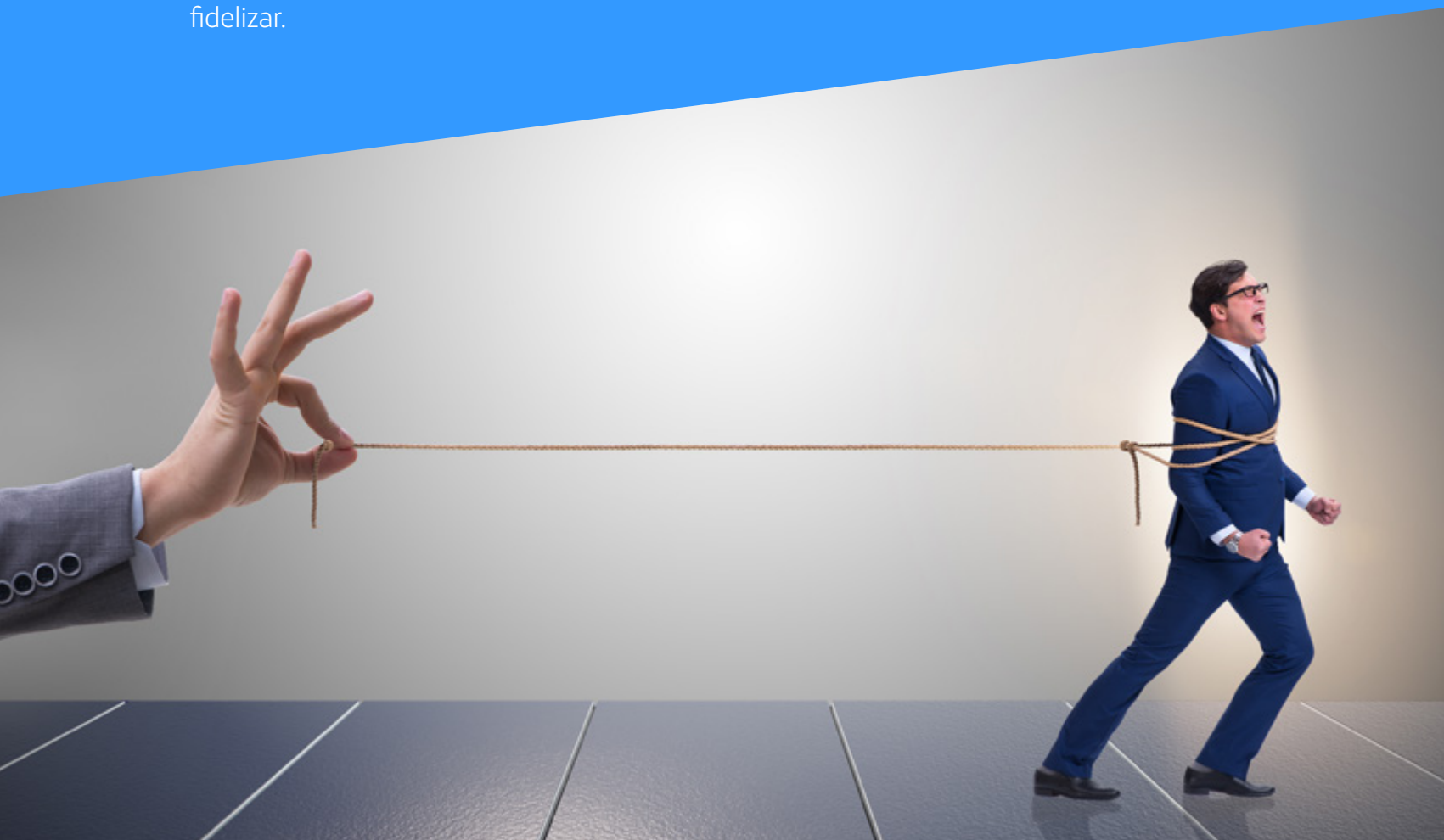
Pasos para diseñar tu campaña de fidelización de clientes

Seguramente tu *startup* nada en un océano rojo, con diversos competidores, por lo que las campañas de fidelización serán esenciales en tus estrategias de aumento de ventas.

Para diseñar una campaña que logre fidelizar a tus clientes puedes seguir los siguientes pasos:

- **Crea tu base de datos de clientes.** Tu base de datos puede ser de clientes y otro tipo de destinatarios. Por ejemplo, contactos que has conseguido en un evento, webinar, por el botón de suscribirse a tu newsletter que has puesto en tu web, etc.

¿A qué clientes vas a dirigir tu campaña? ¿Qué criterios vas a seguir para seleccionarlos? Con un CRM (*Customer Relationship Management*) podrás hacer esta labor de forma sencilla y rápida. El objetivo debe ser segmentar a los clientes que más te interesa fidelizar.



- **Establece tu objetivo.** ¿Qué quieres lograr con tu plan de fidelización? Tu objetivo debe ser medible (en porcentajes, números o euros), tener un plazo determinado para ser logrado y aportar un valor a tu negocio.
- **Selecciona el plan que vas a utilizar.** Descuentos, trato VIP, acumulación de puntos, productos gratuitos, ofertas especiales, acceso a grupos de clientes o a información privilegiada. Cada empresa tiene su propio plan, elige el tuyo.
- **Aplica tu plan utilizando diversas herramientas.** Puedes utilizar las llamadas de teléfono, los correos electrónicos o las redes sociales.
Por otro lado, puedes utilizar [HootSuite](#) para programar publicaciones en redes sociales y medir el impacto.
- **Mide los resultados obtenidos.** ¿Cuál es tu tasa de repetición? ¿Cuántos clientes te han recomendado? El análisis de los resultados te ayudará a saber si tu campaña ha sido efectiva o si, por el contrario, necesitas cambiar algo y volver a empezar.



Cómo utilizar el email marketing para fidelizar clientes

Tal y como te hemos adelantado, una de las herramientas que puedes utilizar para fidelizar clientes es el **email marketing**, encuadrándolo dentro de tu **estrategia digital**. Sin embargo, enviar correos de forma masiva no significa que se envíen sin tener clara la meta.



Para hacer que el envío de correos electrónicos tenga valor, es necesario que sigas una serie de **pautas**:

- **No le envíes correos a quien no los ha pedido.** Antes de nada tus destinatarios deberán haber aceptado dejar sus datos para recibir información de tu empresa y ofertas de fidelización. Además asegúrate de que en tus emails existe siempre el botón de baja.
- **Define la frecuencia de envío.** Evita ser pesado enviando muchos correos de forma continua a tus clientes, puede que tus correos acaben en la carpeta de *SPAM* y que pierdas a un cliente.
- **Envía correos cortos y concisos.** No se trata de escribir correos larguísimos con un montón de información. Crea una expectativa con pocas frases e incluye un *call to action* (llamada a la acción): aceptación de la oferta respondiendo al correo o accediendo a una *landing page*, por ejemplo.
- **Incluye contenido atractivo.** Incluye alguna foto o infografía sencilla, se trata de llamar la atención.
- **Analiza los resultados de tu campaña.** ¿Cuántos destinatarios han abierto el correo? ¿Cuántos han dado clic al enlace que has incluido? ¿Cuántas ventas se han producido?

En definitiva, fidelizar a los clientes no supone invertir grandes sumas de dinero en campañas de fidelización, sino que basta un poco de creatividad para elaborar estrategias efectivas que creen un vínculo duradero con tus clientes.

Emprende con **arsys**

emprendeconarsys.blog



www.arsys.es



facebook.com/arsys.es



twitter.com/arsys



linkedin.com/company/arsys-internet

Contenidos avalados por

