

40 consejos para ganar MAS

Germán Sánchez y Andrey Valencia comparten en la Red, 40 consejos que ayudarán a las personas y a las empresas a ganar mas del mercado, de los clientes.

PREPARA TU ESTRATEGIA DE INICIO

- 1. la primera impresión es clave.** Nunca tendrás una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión. Por eso, desde el principio enfócate en satisfacer los deseos del cliente y no te concentres sólo en presentar una oferta. **Tú eres su mejor opción, demuéstalo.**
- 2. Traza un plan para conquistar clientes.** Planear las acciones que realizarás te dará grandes ventajas para ofrecer un servicio de excelencia. **Crea un plan** para cada uno de tus clientes en base a datos generales y necesidades específicas que observes, pues **cada cliente es diferente.**
- 3. Escucha primero y anticipáte.** ¿Cómo anticiparse? Permite que el cliente te explique en detalle qué desea. Las palabras son solo un 10% de la conversación, así que también toma en cuenta las formas y expresiones del rostro. En tu turno de hablar, utiliza toda la información que captaste para presentar tu producto o servicio como la solución exacta a las demandas planteadas.
- 4. Elige un buen lugar para tu negocio.** De nada serviría que el diseño de tu tienda sea espectacular y que tengas los mejores productos a precios competitivos si no logras que las personas lleguen a ti sin mayores obstáculos. Dependiendo del tipo de negocio y de las nuevas tecnologías, **la importancia del “DONDE”**, se está desvaneciendo.

...continuación

CONOCE A TU CLIENTE

5. **Estudia tu mercado.** Invierte tiempo para ser un **experto** conocedor de tu **mercado**. Asiste a exposiciones comerciales y eventos que tus consumidores consideren importantes y observa qué está **haciendo tu competencia** y detecta qué tipo de productos y servicios son los más demandados. Otra opción es mantenerte **al día sobre las tendencias** del mercado a través de publicaciones especializadas, participando en cámaras, etc.

6. **Ponte en los zapatos de tu cliente.** Las personas son **únicas y especiales**. Ponte en los zapatos de la otra parte y plantéate: ¿cómo me gustaría que me traten? Entonces ofrece un trato, WOW ya que en los tiempos que corren **solo los mejores persisten**. Diseña estrategias específicas para crear una experiencia "diferente" para cada cliente.

7. **¿Cómo iniciar con el pie derecho?** El secreto está en hacer **las preguntas correctas** al inicio y al final de la conversación que tengas con un cliente. Este hecho demostrará que tienes interés, además de obtener **información valiosa**. De esta manera el canal de comunicación quedará abierto para cuando sea **tu oportunidad**.

8. **Haz preguntas correctas.** Un error común es cuestionar a los clientes de forma incisiva. Prevé estas situaciones y prepárate antes de una cita. Haz **preguntas abiertas** para obtener información específica del cliente, de su empresa, de su equipo... El cliente sentirá que está frente a un experto capaz de brindarle **un servicio de excelencia**.

9. **¿Qué busca un cliente?** Cuando una persona adquiere un producto o servicio en realidad está **comprando emociones**. Si todos tenemos cinco sentidos, provoca que tus consumidores experimenten con cada uno de ellos. "**Calidad**" es lo que debes dar al cliente. "**Servicio**" es la manera en cómo se lo vas a dar. Tú eliges de qué manera.

...continuación

ESTRATEGIAS PARA CONQUISTARLO

10. Demuestra por qué eres la mejor opción. Cuando tu cliente confíe en ti, no olvides proporcionar información actualizada sobre tus avances, resultados -buenos y malos- y resuelve los problemas que se presenten de forma conjunta. Demuestra que **trabajas para alcanzar un beneficio mutuo**. Construirás una buena relación y crearás un sentimiento de satisfacción en tu consumidor que te ayudará a mejorar las posibilidades de ganar esa cuenta y muchas más.

11. Enfócate en los detalles. A quién no le encanta recibir algo que lo sorprenda. Por eso, **los detalles marcan la diferencia**. La estrategia es sencilla: observa muy bien qué le agrada y qué le molesta a tu cliente, identifica estos elementos y utilízalos a tu favor para causarle una gran emoción. **La creatividad será tu mejor aliado.**

12. Resuelve el problema más difícil. Una vez que identificaste quién es tu cliente ideal, preguntarle cuál es el problema más complicado que enfrenta y que ninguna otra persona ha resuelto. **Preséntale una solución concreta acompañada de un plan de acción.**

13. Que el cliente "pruebe" tu trabajo. Ofrecer una "muestra" de tu trabajo es una herramienta de mercadotecnia bastante efectiva para conquistar nuevos clientes y es tan certera como hacer una campaña publicitaria. Se trata de una excelente oportunidad para que el consumidor conozca tus propuestas y, principalmente, para que sepa cómo las llevas a la ejecución. Pero **NO confundas esta estrategia con "trabajar por nada"**.

14. Crea expectativas y ve más allá. Cumplir con lo prometido es lo **mínimo** que tienes que hacer para que tus clientes se sientan satisfechos con tu servicio. Lo ideal es provocar **el efecto "wow"**, es decir, superando las experiencias vividas hasta entonces. Tú decides cuándo y cómo provocarlo.

15. Ofrece toda una experiencia. La diferencia entre ofrecer un **servicio** y una **experiencia** es la siguiente: un servicio puede convertirse en un "argumento acartonado", en cambio, una experiencia incluye mercadotecnia sensorial. Integra todas las sensaciones posibles en tu oferta, de tal forma que **conquisten los sentidos de tus consumidores.**

...continuación

16. Sé el anfitrión perfecto. Ponte en el lugar del cliente y reflexiona lo siguiente: ¿te gustaría que? Lo más probable es que sí. Este tipo de detalles son inolvidables para los consumidores, así que no los pierdas de vista.

17. Gánate la confianza del cliente. Estudios demuestran que la mayoría de los directivos basan su decisión final con base en "a quién le compran" y no en "qué compran". La forma en que te presentes y las preguntas que hagas revelarán quién eres, cómo piensas y, principalmente, crearán algo invaluable: **confianza**. Para ello, no descuides ni un instante a tu consumidor, dedícale tiempo y manténlo informado.

18. Habla el idioma del cliente. Cuando un consumidor acude a determinado establecimiento o contrata los servicios de una persona, en realidad lo que busca es hacer contacto con alguien que hable su mismo lenguaje. **Un error común** de los profesionales es que explican las cosas utilizando **términos técnicos que la mayoría desconoce**.

19. Nunca dejes que se vaya enojado. En el mundo de los negocios existe un dicho que dice que "un cliente feliz se lo dirá a una o dos personas, y uno infeliz se lo hará saber a 10 personas". Por ejemplo, cuando te enfrentes a un cliente enojado, dale la oportunidad de expresar su malestar, **demuestra preocupación** por ayudarlo a pasar el mal rato y **ofrécele soluciones inmediatas**.

20. Mantén abierto el canal de comunicación. La comunicación y el seguimiento paso a paso son las reglas básicas para garantizar una relación de largo plazo. **Conocer la opinión del cliente**, nivel de satisfacción y perspectivas es fundamental para **ofrecerle exactamente lo que necesita**.

...continuación

NO LO DEJES IR

21. **Cultiva la relación con tus clientes.** Cuida la relación con tus consumidores actuales. El ansia por incrementar la base de clientes impedirá que te ocupes en quienes ya confían en tu negocio. Así, te convertirás en un asesor especializado en detectar y resolver las necesidades de tus clientes.
22. **Agrega valor a tu oferta.** Demuestra a tu cliente que en verdad te preocupas por él y que no sólo se trata de hacer negocios. Por tanto, diversifica tu oferta con el objetivo de ser el aliado estratégico que tus consumidores buscan para realizar diferentes tareas. De esta manera, crearás una sólida barrera frente a tus competidores.
23. **Personaliza, personaliza, personaliza.** El cliente ya no es un número más. Cada persona es diferente y ama el trato individual. Conócelo hasta el punto que puedas anticiparte a sus deseos.
24. **Crea un lazo personal.** Hacer negocios no lo es todo. Aprende a ver a tus clientes no sólo como una fuente de ingresos para tu empresa. Crea ese lazo personal asistiendo o invitándolo a actos extra-profesionales, durante estas charlas pon atención en los detalles, pues se trata de información privilegiada para después formular propuestas interesantes.
25. **Innova tu servicio constantemente.** Todo es susceptible de ser mejorado. Existen infinidad de elementos que, a simple vista, parecen poco importantes y que en realidad son clave para crear una experiencia diferente. “The Devil is in the Details”
26. **Investiga y vencerás.** ¿Alguna vez has llamado a tus clientes para preguntarles si están satisfechos con el producto o servicio que adquirieron o para saber las motivaciones u objetivos que tenían al contactar contigo?
27. **La experiencia termina cuando el cliente regresa.** ¿Qué es lo que más te interesa de un cliente? Respuesta: ganarte su confianza para que regrese una y otra vez. Siempre dale algo más a tu cliente, un toque característico de tu negocio, el cual no pueda apartar de su mente hasta que se encuentre nuevamente.

...continuación

PREPARA A TU EQUIPO

28. Pon tu política de servicio por escrito. Crea políticas orientadas a ofrecer un servicio de excelencia y ponlas por escrito. Como emprendedor **debes ser el primero en implementarlas** para que, en respuesta, tu personal lo haga sin dudar.

29. No contrates empleados, busca aliados. El proceso de selección de personal es uno de los puntos fundamentales para crear un servicio de excelencia. Por tanto, **recluta personas comprometidas con este objetivo.** Permite que participen activamente aportando ideas nuevas e implementándolas.

30. Invita a tus empleados a que aporten ideas. Las reglas para promover cambios deben proceder de los empleados guiados por el buen líder. Ellos adoptarán fácilmente las políticas sólo si creen en éstas.

31. Lleva a cabo las propuestas sugeridas. Escoge una de las ideas aportadas por el personal y ayuda incondicionalmente a que se lleve a cabo. Con esto, tus colaboradores verán que **su opinión es importante para ti** y que aprecias su interés por dar un servicio de primer nivel.

32. Utiliza la opinión del consumidor a tu favor. Tanto tú como tus colaboradores deberán estar alerta ante **cualquier** “input” emitido por los consumidores. Evalúa dichas opiniones y haz los cambios oportunos a fin de **que el cliente note que sus sugerencias** fueron tomadas en serio.

33. Motiva a tu personal. Una manera efectiva para motivar a tus colaboradores es a través del efecto causado por los comentarios positivos aportados por los clientes.

34. Evalúa el desempeño de tus colaboradores. Mystery Shopping es uno de los métodos más efectivos para medir e incrementar la satisfacción y la lealtad de tu cliente. Aunque avisarás previamente a tus empleados aunque desconocerán el día, la hora, etc. A partir de la información generada deberás: **Premiar, Reconocer, Corregir** o incluso puede ser necesario el **Despido.**

...continuación

GANA MÁS CLIENTES "EN LÍNEA"

35. Transforma tu sitio virtual en una experiencia real. Tener un sitio web comercial no debe ser obstáculo para que el cliente no sienta como si realmente estuviera en contacto con el producto o servicio. Haz la **navegación cómoda e intuitiva**, y constantemente llama a la acción.

36. Mantén informado a tu cliente. No basta con poner los datos de contacto en tu web si no das **una respuesta rápida**. Instala un generador automático de correos electrónicos que indique a tus compradores, que su solicitud fue recibida con éxito. En caso de algún incidente/imprevisto, repórtalo y explica las causas. La honestidad es una de las reglas de oro en servicio al cliente.

37. Da todas las facilidades de contacto y envío. Dentro del menú principal crea un apartado especial donde el visitante encontrará todas las respuestas a sus dudas. Asegúrate de incluir todos los datos de contacto de tu empresa: dirección, número telefónico y correo electrónico.

38. Responde las "preguntas frecuentes". Crea una sección de "Preguntas Frecuentes" (FAQ, por su nombre en inglés). También incluye una dirección de correo electrónico que servirá de enlace entre tus visitantes y tu negocio. Responde en el menor tiempo posible todas las consultas que recibas.

39. Que tu conmutador inteligente sea realmente inteligente. Si la forma de contacto que tienes con tus clientes es vía telefónica, procura manejar un menú sencillo y útil. No olvides tener siempre disponible la opción de "hablar con un representante", quien sabrá canalizar al consumidor con la persona indicada para resolver sus dudas.

40. Sorpréndelos con promociones exclusivas. Agrega un elemento sorpresa a los correos automáticos que envíes a tus consumidores cuando hagan su pedido. Anexa un breve cuestionario para **saber más acerca de ellos** y conocer cuáles son los productos que buscan.

Bibliografía: <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?idNota=5528&p=nota>