



**Claves sobre cómo mantener la fidelidad del cliente y garantizar ingresos recurrentes**



---

Introducción.....	3
¿Por qué es importante la fidelización de los clientes? .....	4
¿Cómo fidelizar a los clientes? .....	6
¡Contáctanos! .....	15

---

# Introducción

---

Una empresa está conformada por una determinada fuerza de trabajo y una estructura bien equipada. Sin embargo, sin el cliente, su futuro no es viable y, en consecuencia, no resistiría el paso del tiempo.

Si bien los mercados han cambiado y existen diferentes formas de monetizar los emprendimientos, la demanda sigue siendo ese factor diferencial, con el cual se incrementan las ganancias que rentabilizan y mantienen operativo al negocio.

Esto nos muestra que ofrecerles una exitosa experiencia de compra a los usuarios y, en consecuencia, promover la fidelización, es un propósito estratégico y fundamental, que debe ser la prioridad de los diferentes equipos de trabajo de la empresa.

La retención de clientes es el resultado de una serie de acciones que estimula nuevas compras y, más que eso, lealtad a la marca.

---

**De acuerdo a esta realidad, podemos elaborar una ecuación simple: más fidelización = mayor ganancia.**

---

Entonces, ¿quieres aprender más sobre la fidelización de clientes y conocer las claves para impulsarla?

¡Quédate hasta el final!

# ¿Por qué es importante la fidelización de los clientes?

Fomentar la lealtad de los clientes debe ser uno de los objetivos de cualquier empresa, pues la idea es crear relaciones que se mantengan a largo plazo. Esto no solo genera nuevas compras, sino que motiva al usuario a recomendar a la organización y sus servicios.

Fidelizar es una tarea que demanda mucho más que ofrecer un buen producto o servicio. Es un objetivo que requiere distintos valores agregados que te diferencien de la competencia y así permanezcas siempre como la mejor alternativa para tu consumidor.

Entonces, ¿Cuáles son los beneficios de fidelizar clientes? Entre los principales destacan:



- Disminución de costos por captación, ya que resulta más económico fidelizar a los clientes que captar nuevos;
- Se logra obtener recomendaciones genuinas y creíbles de los clientes fidelizados a potenciales clientes;
- Mejor proyección de ventas o ingresos ya que, al tener una clientela fija, se puede evaluar cada cuanto tiempo compran los consumidores recurrentes, pudiendo estimar los ingresos a obtener;
- Ayuda a segmentar a los clientes, saber a quién dirigirse y conocer sus preferencias;
- Brindan información relevante para mejorar los productos o servicios;

- Aumento de la visibilidad de la marca al tener clientes comprometidos con esta, por lo que genera más confiabilidad hacia los nuevos;
- Más posibilidades de que adquieran productos nuevos;
- Logra aumentar la frecuencia de compra promedio y por ende los ingresos.

Por estas y más razones, es importante tratar de ofrecer el mejor servicio que permita cumplir con nuestro objetivo. La fidelización del cliente, el resultado de un gran proceso de planificación y ejecución estratégica.

Y, ahora que conoces sus ventajas, toca descubrir cómo impulsar esta gran meta. ¡Descúbrelo a continuación!



# ¿Cómo fidelizar a los clientes?

Aunque parece un gran reto, lograr la fidelización de los clientes puede ser más fácil de lo que piensas.

Existen prácticas y acciones claves que claramente favorecen la experiencia del consumidor y que, por lo tanto, favorecen la lealtad y retención.

¡Veamos algunas estrategias que puedes poner en práctica para conseguir la fidelización de tus clientes!





## Humaniza la atención

Enfócate en ofrecer una atención al cliente genuina y familiar, haciendo que estos se sientan valorados y cercanos a la empresa.

En ocasiones se suele priorizar en las empresas un trato robótico o con respuestas automáticas sin pensar en lo importante que es interactuar para construir relaciones duraderas con los clientes.

Con esto lograrás que el usuario se sienta cómodo al visitar el negocio o al contactarlo a través de uno de sus canales digitales.

En estos tiempos, es importante disponer de canales digitales directos y personalizados como: WhatsApp Business o una cuenta oficial en Instagram.

Esto genera confianza y, además, simplifica los procesos de atención.

## Sé honesto

La mejor forma de generar confianza con los clientes y que estos se sientan seguros al comprar es ser los más transparentes y claros posibles para que de esta manera la honestidad sea un pilar dentro de la empresa.

Frente a cualquier situación, decir la verdad es la mejor opción para mantener y proteger la relación comercial, promoviendo la fidelización.

En especial, si tienes un comercio electrónico este punto es super importante, pues es más desafiante construir confianza a distancia que en interacciones cara a cara.

---

**En este sentido, debes ser muy ágil para responder, comunicar con antelación complicaciones que puedan generar retrasos de entrega y mantener el foco en la transparencia.**

---

Igualmente, evita ofrecer cosas que luego no puedes cumplir, como un envío inmediato que capaz no lograrás completar.



## No ignores las inquietudes

Las dudas de los clientes son una excelente opción para fidelizar, pues es el momento ideal para demostrarles que realmente son importantes y que tu prioridad es garantizar su plena satisfacción.

En vez de alarmarte con las quejas o con las inquietudes de los usuarios, asume estas circunstancias con un rol consultivo y humano, que te permite agregar valor al proceso comercial y lograr que el cliente se sienta satisfecho con el producto o servicio contratado.

De igual forma, resulta una buena oportunidad para generar feedbacks y obtener opiniones valiosas de los clientes, así como para identificar dudas frecuentes y aspectos por mejorar en el futuro.

---

**En general, no subestimes ninguna inquietud, sé amable y trata de resolver cualquier problema que se presente de la mejor manera posible.**

---

Donald Porter, un alto ejecutivo de British Airways, dijo, sabiamente: “los clientes no esperan que seas perfecto. Esperan que arregles las cosas cuando algo sale mal”.



## Crea programas de fidelización

Una buena manera de retener clientes es creando un programa específico donde se premie la fidelidad. La idea es que mientras más compren, los usuarios obtengan beneficios a cambio como: descuentos, envíos o productos gratis, acumulación de puntos, acceso a productos exclusivos, entre otros.

Así, los clientes tendrán un motivo más para comprar en tu tienda o negocio. Además, este tipo de incentivos hace que los consumidores se sientan valorados y generan sentido de pertenencia con la marca.

En general, más allá de un programa de fidelización o acumulación de puntos, intenta agregar valor a las compras, dando pequeños obsequios o permitiendo participar en concursos, entre otras prácticas que le muestren a cada persona que realmente es una buena idea preferir a tu negocio y su propuesta.

## Ofrece información de valor

Muchas veces, las empresas se enfocan únicamente en vender y no permiten crear una relación duradera con los clientes, pues les envían únicamente información de ofertas o promociones, pero nunca contenido de valor que estos puedan aprovechar.

---

**Por este motivo, puedes crear información valiosa que ofrecer por medio de los canales de comunicación recurrentes como: correos, redes sociales, entre otros. Esto ayudará a que el cliente se interese por permanecer conectado a estos medios.**

---

El inbound marketing y el marketing en general te ayudarán con ello pues mediante la implementación de estas estrategias lograrás atraer más clientes o potenciales clientes donde su objetivo principal es captar clientes mediante contenido de valor.

También, puedes incluir la realización de encuestas en este punto para conocer su opinión, satisfacción o algún otro aspecto que les pueda interesar.

## Conoce a tus clientes

Una de las cosas que más les gusta a los clientes es sentirse especiales, por lo que saber lo que les gusta, lo que suelen comprar frecuentemente o lo que desean que se incluya en la tienda es esencial para fidelizarlos.

Esto con el fin de que cada vez que lleguen a comprar puedas adelantarte a lo que desea pedir o, si es compra online, muestres sus artículos sus favoritos al ingresar a su cuenta.

Para obtener datos de tus clientes poder personalizar, puedes valerte de múltiples prácticas, como encuestas tradicionales o acciones más novedosas como la difusión de contenidos interactivos, que recolectan información de interés como los clics realizados en ciertos mensajes, herramientas y productos, por ejemplo, que reflejan qué capta la atención del lector o consumidor.

## Haz un seguimiento de las compras

Cada vez que un cliente realice una compra asegúrate de conocer cómo fue su experiencia, si tuvo algún inconveniente o si, al contrario, todo fue de maravilla.

---

**Esto es importante para no dejar pasar ningún tipo de malentendido o insatisfacción tanto con el producto como con el servicio.**

---

En ocasiones hay clientes que tienen una mala experiencia y no la comparten, lo cual luego hará que sus referencias no sean nada buenas al comentarlas con otras personas.

Por ello, haz un seguimiento de cada operación de manera que puedas conocer a detalle todo el proceso por el que pasó el cliente.

Si hubo alguna inconformidad, trata de ofrecerle soluciones, pues a veces perder un poco de dinero por la reposición de un artículo o una devolución es mejor si logras mantener el nombre de tu marca con buenas referencias. Una mala publicidad ocasionalmente sale mucho más cara.





## Hazlos sentir parte de la empresa

Implementar estrategias para desarrollar un sentido de pertenencia por parte de los clientes es un buen comienzo para que dejen de sentirse “consumidores” y se perciban como aliados, amigos e, incluso, socios de tu organización.

**Dicho esto, hazlos partícipes de las decisiones de la empresa: conociendo su opinión sobre las mismas, preguntándoles qué aspectos puedes mejorar o notificando sobre un nuevo elemento a integrar.**

Otra opción para lograrlo es crear accesos exclusivos para comprar o hasta ser los primeros en conocer o probar algún producto que esté pronto a salir. Así lograrás que se sientan parte de la organización y apuesten por su mejora día a día.

## Apóyate en la tecnología

Mejorar los servicios de atención, rapidez y entrega de soluciones es un punto primordial para fidelizar a los clientes, como, por ejemplo, invertir en un software de administración online para empresas, así como en sistemas de facturación electrónica.

---

**Los trámites administrativos suelen ser un poco engorrosos para el cliente por lo que prestar un servicio eficiente mejora su perspectiva hacia tu marca, lo que influye en una toma de decisión con tendencia hacia tu marca, en vez de la competencia.**

---

Además, también podrás llevar un control más exhaustivo del inventario, que permitirá determinar cuándo hay que reponer ciertos artículos antes de que se acaben y se tenga que dar una respuesta negativa al cliente, a la vez que te mostrará cuál se vende más y qué productos no son tan demandados.

También existen aplicaciones o plataformas que ayudan específicamente a la retención de clientes que puedes incluir en tus operaciones diarias, como programas de referencias, compras online, recopilación de emails o información relevante de los clientes, envíos automáticos de mensajes de agradecimiento por la compra y muchas otras opciones más.

Como puedes ver son muchas las estrategias que puedes poner en práctica para lograr fidelizar a los clientes, donde la atención y el servicio al cliente será primordial para lograrlo. No dejes de apostar por mantener esta relación cercana con ellos que te ayudará a crecer cada día más mediante sus recomendaciones y por supuesto, compras recurrentes que aumentarán el ticket de venta promedio de la empresa mes a mes.

# ¡Contáctanos!

---

¡Genial! Al haber llegado hasta este punto, ya sabes cómo promover la fidelidad de tus clientes.

Como mencionamos antes, la fidelización de los clientes se puede lograr aplicando un conjunto de acciones que determinarán el éxito o no de tu negocio e igualmente, apostar por el crecimiento del mismo.



Los clientes son el activo más importante de una empresa. ¡Pon cada uno de estos tips en práctica y logra mantenerlos fieles a tu marca!

Y, por supuesto, no olvides el papel de la tecnología y los recursos administrativos, como los mencionados anteriormente.

Si quieres conocer más sobre estas tecnologías y las buenas prácticas tanto del área de cobranzas como de la contabilidad en general, ¡no dudes en escribirnos!

Soy Camila Vera—Consultora Digital de Nubox— y estoy lista para atender todas tus dudas e inquietudes. Si quieres conocer nuestros sistemas, visita nuestra [DEMO Page](#).

Para contactarme, puedes enviar un correo electrónico a [quierocotizar@nubox.com](mailto:quierocotizar@nubox.com) o hacer clic [aquí](#) para mandar un mensaje por medio de WhatsApp. Podemos también hablar a través de nuestro [Chat Messenger](#), si así lo estimas conveniente.

¡Anímate!

nubox   
pensando en los que cuentan

