

Claves para construir relaciones solidarias con los clientes



NÚMERO 30 | EDICIÓN OCTUBRE 2024 | BOLETÍN MENSUAL



**RED DE
BENEFICIOS**

*¿Qué es la
retención de
clientes?*

**CALENDARIZACIÓN DE
CURSOS**

*Estrategias para
manejar situaciones
difíciles con clientes*

**DIRECTORIO
COMERCIAL**

*La importancia
de practicar la
escucha activa*

EDITORIAL



CLAVES PARA CONSTRUIR RELACIONES SOLIDARIAS CON LOS CLIENTES

Para el desarrollo, el mantenimiento y/o conservación de una empresa, son necesarios varios elementos de los que todo el personal, de todos los niveles, deben estar conscientes, entender y comprender a cabalidad.

Uno de ellos, quizás el principal, es la Relación Solidaria con el Cliente. ¿Por qué el principal?

Porque ninguno existe sin el otro, y por ende lo convierte en el principal punto a desarrollar y conservar para un empresa.

La Relación Solidaria con el Cliente, como toda buena relación, debe ser de ambas partes, sin embargo, solo voy a comentar desde el punto de vista de la empresa. Para eso es necesario notar cinco puntos que son los siguientes:

- **La Empatía:** Esta capacidad de colocarse de manera voluntaria en el lugar del cliente, nos puede servir para entender sus necesidades y poder dirigir nuestro producto de manera certera.
- **Escucha Activa:** Escuchar con plena conciencia y con interés por la conversación y lo más importante, por el mensaje.
- **Construcción de Confianza a través de la Coherencia:** La confianza en el entorno de un equipo, para que se exprese y comporte dentro y fuera de él las personas que conforman un equipo.
- **Fidelización basada en la Solidaridad:** Este objetivo es clave para una empresa, ya que es más fácil y rentable conservar a un antiguo cliente que mantener a uno nuevo.
- **Resiliencia y adaptación en las relaciones cliente-negocio:** Esta capacidad de encarar situaciones difíciles resulta ser indispensable para afrontar los desafíos y prosperar frente a la adversidad, generando una ventaja frente a otras empresas y obteniendo la confianza del cliente.

Estas claves necesarias en la relación, empresa-cliente, genera un crecimiento para la empresa y el beneficio para el cliente en cuanto a la obtención de un producto o servicio de buena calidad y buena atención y así, en esta relación, ambas partes salen ganando.

J. J. García

COLABORADOR Y SOCIO FUNDADOR DE
SOCIEDAD COOPERATIVA

QUE ES LA RETENCIÓN DE *CLIENTES*

¿Sabías que retener a un cliente fidelizado es cinco veces menos costoso que obtener uno nuevo?

Aunque parezca increíble, fidelizar a un usuario habitual de nuestra marca es más rentable que buscar potenciales consumidores.

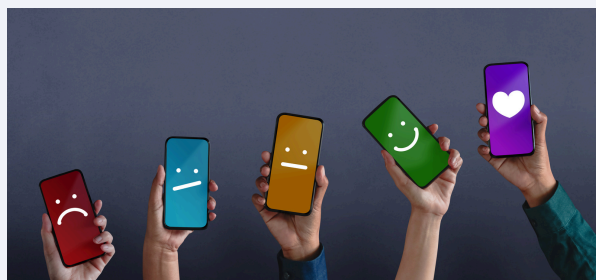
La respuesta es porque nuestro cliente tiene mejor predisposición por nuestra empresa. Las estrategias de retención y fidelización, son los caminos correctos para elevar el índice de ingresos de nuestro negocio y posicionarnos en la mente del consumidor.

¿Qué es la fidelización del cliente?

La fidelización del cliente es un proceso del marketing que busca relacionar de forma positiva al consumidor con una empresa, teniendo como principal objetivo que el usuario repita la compra de productos o servicios.

Este conjunto de estrategias, técnicas y acciones busca retener clientes y que se vuelvan defensores de la marca, sin dejar de ser un cliente habitual y valioso para la empresa.

Recuerda que tenemos dos tipos de clientes: el recurrente, que elige tu negocio por encima de la competencia y el cliente fiel, que adora tu marca y se la recomienda a otros.



La retención de clientes es una estrategia que busca mantener a los clientes de una empresa durante un largo plazo y aumentar la tasa de repetición de consumidores de ese negocio.

El objetivo de la retención de clientes es garantizar que un consumidor realice compras repetidas y se vuelva un comprador satisfecho, con la



atención de la empresa y no opte por la competencia directa.

Además, los clientes existentes tienen un 50% más de probabilidades de adquirir un nuevo producto y gastar un 31% más que un usuario nuevo. Por ello, es primordial que tu negocio desarrolle estrategias y campañas para retener y fidelizar consumidores.

Retención vs. Fidelización



La retención y fidelización de un cliente son dos procesos que tienen una principal diferencia: el compromiso del cliente.

Por ejemplo, en la retención es una acción más superficial y no crea emociones, es decir, el cliente decide si se queda con tu marca o no.

Mientras que en la fidelización, el cliente escoge tu empresa, está familiarizado y satisfecho con los servicios o productos que le brindas, por ello, siempre regresará a tu tienda. Es una conexión más emocional entre consumidor y marca.

FUENTE: blog.embluemail.com

Estrategias Efectivas de Fidelización de Clientes

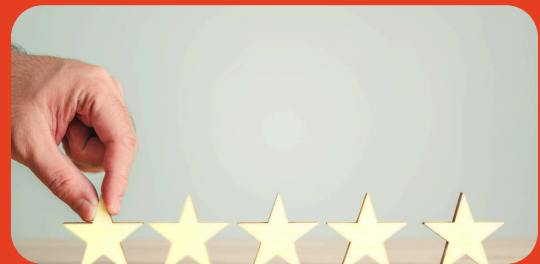


Para fidelizar a los clientes de manera efectiva, es fundamental implementar estrategias que no solo satisfagan sus necesidades, sino que también fomenten una relación duradera con la marca.

1

Programas de Recompensas

Estos programas incentivan a los clientes a realizar compras repetidas a cambio de puntos, descuentos o beneficios exclusivos.



Atención al Cliente Excepcional

Un buen servicio puede convertir una experiencia negativa en positiva, lo que es vital para retener clientes.

2**3**

Personalización

Conocer a tus clientes y personalizar sus experiencias es clave. Esto puede incluir comunicaciones adaptadas a sus preferencias y recomendaciones basadas en su historial de compras.



Solicitar y Actuar sobre Feedback

Pedir la opinión de los clientes y demostrar que sus comentarios son valorados puede mejorar significativamente la lealtad.

4

FUENTE: IEBSCHOOL.COM



Seguramente existen más empresas que ofrecen productos o servicios similares a los de una marca, así que el siguiente paso para diferenciarse de ellos, será prestando atención al:

- Cómo me acerco a mis clientes,
- Cómo respondo a sus dudas,
- Cómo hago sugerencias de compra sin ser intrusivo,
- Cómo mantengo el contacto aun después de la compra para que me tengan en mente,
- Cómo pido su retroalimentación para mejorar mi servicio, entre otras.

Las expectativas de los clientes se encuentran en constante evolución, y, en consecuencia, también las experiencias de viaje del consumidor que les ofrecemos a nuestros clientes. Lo más importante es mantenerse informado, escuchar a tus clientes, observar lo que sucede en el mercado, y reconfigurar tus estrategias cada que sea necesario.

PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Personalizar la experiencia del cliente significa hacer que el viaje del usuario sea único, adaptado a sus necesidades e intereses, que al entrar en un sitio físico o virtual sus expectativas queden cubiertas.

Es anticiparnos a sus inquietudes y brindar un acompañamiento durante toda la experiencia de compra que haga de esa interacción algo memorable para el cliente, no sólo por la calidad de los productos o servicios que adquiere, sino por la atención que recibe antes, durante y después.

Cómo podemos generar experiencias personalizadas para nuestros clientes

Algunas prácticas van desde lo más básico —hablarle al usuario por su nombre y en su idioma—, hasta aspectos más complejos: hacerle llegar recomendaciones de productos acorde a sus gustos, brindar información especializada de aquello que hemos identificado que llama su atención, descuentos o promociones en fechas especiales, y todos aquellos detalles que los datos y el conocimiento que tenemos del cliente nos permita brindarle.

Cuáles son las ventajas de personalizar las experiencias

- Mejor imagen de marca y recomendaciones
- Fidelidad del cliente
- Más reconocimiento sobre tu segmento y marca

Estrategias para Ser Coherente en el Servicio o Producto

Para generar credibilidad a través de la coherencia en el servicio o producto, es esencial implementar estrategias que refuercen la confianza del cliente en tu marca.

02 Cumplir Promesas

La consistencia en la calidad y el cumplimiento de lo prometido son esenciales para mantener la credibilidad.

04 Mantener una Comunicación Clara y Amigable

Utilizar un lenguaje claro y accesible en todas tus comunicaciones ayuda a los clientes a entender mejor tus productos o servicios.

06 Mostrar Opiniones y Testimonios Positivos

Las reseñas y testimonios de clientes satisfechos son herramientas poderosas para establecer credibilidad.

01 Excelente Servicio al Cliente

Responder rápidamente a las consultas y resolver problemas de manera eficiente demuestra que te importa la satisfacción del cliente, lo que fomenta la confianza y lealtad.

03 Consistencia en la Identidad de Marca

La consistencia visual, tonal y de mensaje a través de todos los canales refuerza la percepción positiva de la marca

05 Transparencia y Honestidad

Ser transparente sobre lo que ofreces y cómo operas genera confianza. Los clientes valoran la honestidad, especialmente cuando surgen problemas.

FUENTE: RUMPELSTINSKI.ES

ESTRATEGIAS PARA MANEJAR SITUACIONES DIFÍCILES CON CLIENTES

ES TAN IMPORTANTE SABER LIDIAR CON LOS CLIENTES DIFÍCILES.

Las investigaciones demuestran que hasta un 66% de los clientes descontentos probablemente no volverán a trabajar contigo de nuevo, si compraron algo defectuoso, experimentaron un mal servicio o la atención al cliente fue poco profesional.

TIPOS DE CLIENTES:

- Quejumbroso
- Agresivos
- Nerviosos
- Silenciosos
- Sabelotodo
- Demasiado exigentes

FUENTE: SHOPIFY.COM

¿CÓMO ACTUAR CON CLIENTES DIFÍCILES?

Estas son algunas estrategias que puedes implementar ante alguna situación difícil

- **Muéstrales a los clientes difíciles que realmente te importan**

Escucha lo que el cliente difícil tiene que decir para determinar el problema y poder ofrecer una solución rápida.

- **Capacita a tu personal de manera que puedan hacer bien su trabajo**

Comparte con ellos los valores y las directrices de la empresa para que nunca sean sorprendidos por una pregunta de un cliente.

- **Ofrece una solución completa y eficaz**

De acuerdo a las investigaciones de la Harvard Business Review, el 33% de los clientes recomendarían una marca que ofrezca una respuesta rápida a los problemas, incluso si esa respuesta no es la adecuada.

CONCLUSION

Implementar estas estrategias no solo ayuda a manejar situaciones difíciles, sino que también puede transformar experiencias negativas en oportunidades para fortalecer la relación con el cliente y mejorar su lealtad a largo plazo.



LA IMPORTANCIA DE PRACTICAR LA ESCUCHA ACTIVA

A todos nos gusta que nos escuchen, y más cuando tenemos un problema: queremos que exista alguien del otro lado para ayudarnos, ya que eso nos hace sentir valorados. En el caso de la atención al cliente, la escucha activa es una característica fundamental para impactar de manera positiva en ellos y ganar su confianza.

Ten presente que el 66 % de los clientes busca que los negocios entiendan sus necesidades; por ello, la escucha activa es indispensable si lo que estás buscando es ofrecer una experiencia de servicio al cliente excepcional.

Esto es especialmente cierto cuando hablamos de negocios. Atender la opinión de nuestros clientes es esencial para asegurarnos de que estamos haciendo las cosas bien y que nuestras soluciones están adaptadas a lo que el mercado exige.

Por otro lado, muchas veces la escucha activa no ocurre directamente entre dos personas. Por el contrario, escuchar activamente la actualidad del mercado, de los públicos de consumidores y de la competencia te permitirá detectar tendencias, nichos y alternativas comerciales difíciles de ver a primera vista. Muchas veces la solución está frente a nosotros y solamente basta poner atención.

FUENTE: HUBSPOT.COM

3 ejemplos de escucha activa

1. El poder de las afirmaciones verbales

Las declaraciones positivas y breves pueden contribuir a que el interlocutor se sienta escuchado y valorado. Ejemplo: «Sí, estoy de acuerdo», «Entiendo», «Ya veo», «Claro, eso tiene sentido».

2. La empatía como generador de confianza

Cuando un cliente establece contacto con una marca para expresar que tiene un problema con su producto o servicio está buscando ayuda y, sobre todo, comprensión. Ejemplo: «Lamento mucho que tenga este problema con su tarjeta de crédito. Descubramos de qué manera puedo ayudarle para que pueda resolverlo lo antes posible».

3. Preguntas abiertas para obtener información valiosa

Los problemas o insatisfacciones con un producto o servicio son una oportunidad para mejorar procedimientos y estrategias.



Las expectativas del cliente

La expectativa de un cliente puede evolucionar en el tiempo y en función de las circunstancias. A continuación te mostramos algunos ejemplos.

1. Expectativas del cliente por recomendación

Los clientes tienen buenas referencias de tus soluciones gracias a la publicidad boca a boca que han hecho tus amistades o familiares. La idea positiva que se han formado en sus mentes alimenta sus expectativas y no tardarán en ponerse en contacto contigo para pedir más información y quizá comprar.

2. Expectativas del cliente por lanzamiento de un nuevo producto

Aquí la empresa despliega una agresiva campaña de marketing para dar a conocer algunas de las características del nuevo producto que lanzarán pronto al mercado. Esta es una estrategia que funciona. Crea rumores en la prensa, reviews en blogs y, por supuesto, muchas de estas expectativas se convierten en intriga y ansiedad.

Las expectativas de los clientes funcionan como fotos que capturan la percepción de la empresa en determinados períodos.



3. Expectativas del cliente después de probar el servicio


En esta fase, los clientes ya tienen una idea sólida de cómo funciona el servicio y están mejor preparados para emitir juicios de valor porque lo han probado y, con conocimiento de causa, pueden compartir su punto de vista en foros de internet o reseñas. Las expectativas se convierten en conocimientos compactos.



FUENTE: BEEXCC.COM



HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA PERSONALIZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

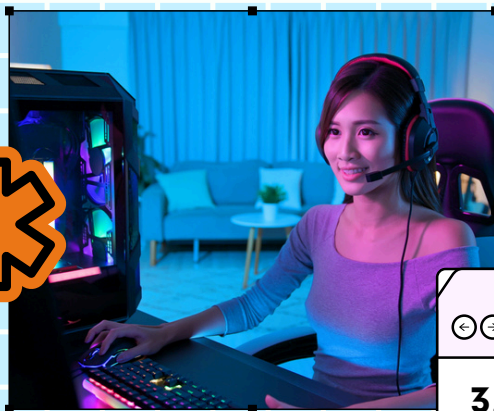


La personalización de la experiencia del cliente se ha vuelto esencial en el entorno empresarial actual. Existen diversas herramientas tecnológicas que pueden ayudarte a lograr este objetivo de manera efectiva.



1. CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Los sistemas de CRM, como HubSpot y Zoho CRM, permiten centralizar la información de los clientes, facilitando la segmentación y el seguimiento de interacciones. Esto ayuda a personalizar las comunicaciones y a gestionar mejor las relaciones con los clientes




3. Herramientas de Social Listening



Aplicaciones como Hootsuite o Sprout Social permiten monitorizar lo que los clientes dicen sobre tu marca en redes sociales.



2. CHATBOTS

Pueden responder preguntas frecuentes, ofrecer recomendaciones personalizadas y dirigir a los usuarios a la información que necesitan, mejorando así la experiencia del cliente.





4. HERRAMIENTAS DE DEEP LEARNING

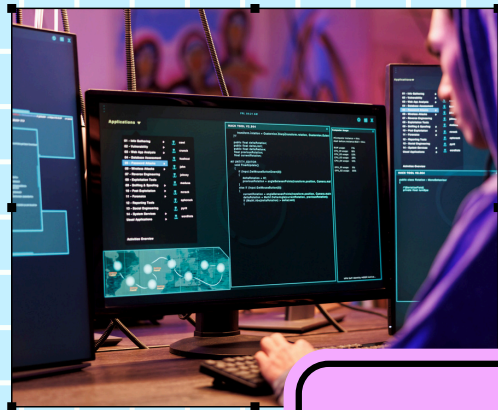
Estas tecnologías avanzadas pueden personalizar aún más la experiencia al aprender continuamente sobre las preferencias del cliente y adaptar las interacciones en tiempo real, ofreciendo recomendaciones más precisas.

FUENTE: ROCKCONTENT.COM

La clave está en elegir las herramientas adecuadas que se alineen con tus objetivos comerciales y las necesidades de tus clientes.

5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE DATOS

El análisis inteligente de datos es crucial para entender el comportamiento del cliente y anticipar sus necesidades. Herramientas como Hotjar y Qualtrics permiten recopilar datos sobre el comportamiento del usuario en el sitio web, lo que facilita la creación de experiencias personalizadas.

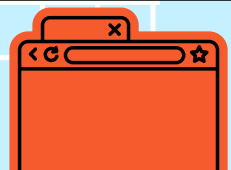


6. PLATAFORMAS DE EMAIL MARKETING

Las herramientas de email marketing, como Mailchimp o las funcionalidades dentro de un CRM, permiten enviar correos electrónicos personalizados basados en el comportamiento del cliente, sus preferencias y su historial de compras.

7. Sistemas de Gestión de Experiencia del Cliente (CXM)

Estas plataformas integran múltiples funcionalidades para mejorar la experiencia del cliente, como encuestas de satisfacción, mapeo del customer journey y análisis en tiempo real.



DIRECTORIO INTERNO



KARLA SANDOVAL

Administración

55 38 84 34 92

administracion@sociedadcooperativa.com.mx



ARMANDO SERRANO

Originación

55 35 66 98 95

originacion@sociedadcooperativa.com.mx



KAREN PÉREZ

Cobranza

55 38 84 34 92

cobranza@sociedadcooperativa.com.mx



SHARON LEYVA

Integración

56 36 13 98 76

integracion@sociedadcooperativa.com.mx

CALENDARIO DE ACTIVIDADES EN LÍNEA



SESIÓN COOPERATIVISTA

SÚMATE A NUESTRA SESIÓN COOPERATIVISTA **16 DE OCTUBRE | 12:00PM**



CONEXIÓN CON EXPERTO EN MATERIA

TE ESPERAMOS EN NUESTRA SESIÓN CON EXPERTO


23 DE OCTUBRE | 12:00PM



DIRECTORIO COMERCIAL



**DR. AARÓN LEDESMA | CIRUJANO DENTISTA ESPECIALISTA EN:**

Rehabilitación dental, Implantología, Odontología adhesiva, Estética y funcional, etc. **Horario de atención:** Lunes a viernes de 9 am a 2 pm y de 4pm a 8 pm

 55 7351 8562




**NYDIA ELIZALDE | RESPOSTERÍA "DULCE NYDO"**

ESPECIALISTA EN: Cada postre es elaborado con amor y desde el corazón los ingredientes son de la mejor calidad e higiene. Los sabores y formas de los postres y pasteles de Dulce Nydoson fuera de lo común evocan sencillos pasajes hogareños

 55 3899 4422   @dulcenydo  <https://linktr.ee/dulcenydo>

**MARITERE HERNÁNDEZ | TERAPEUTA NARRATIVA**

ESPECIALISTA EN: La terapia narrativa busca un acercamiento respetuoso, no culposo (nonblaming) de la terapia y el trabajo comunitario, la cual centra a la persona como expertos en su vida.

 56 36866376  55 5873 8808  maritere2324@yahoo.com.mx


**LUCÍA TOSCANO | FINANCIAMIENTO EDUCATIVO**

ESPECIALISTA EN: Me especializó en ofrecer soluciones financieras personalizadas para estudiantes que desean alcanzar sus metas académicas sin preocupaciones financieras

 55 2949 4875  ltoscanomx@yahoo.com

**ALBERTO MARTÍNEZ Y MARTÍNEZ | ARQUITECTO**

ESPECIALISTA EN: Responsable oficial de protección civil en dictámenes técnicos en arquitectura, topografía y supervisión de obra.

 55 1190 4139  consultoriapro.civil@gmail.com

DIRECTORIO COMERCIAL



SYLVIA NILA | PSICÓLOGA ESPECIALISTA EN: Especialista en el tratamiento de depresión y ansiedad.

 5585702657  sylvianila@hotmail.com



MARÍA ANTONIETA CAMACHO | DISEÑADORA GRÁFICA ESPECIALISTA EN: Diseño gráfico y líder de estudio creativo con taller de impresión

 55 6353 0800  tony@codicestudio.com



LETICIA VENTURA LUNA | PSICÓLOGA

ESPECIALISTA EN: Apoyo psicológico (individual y de grupo) e impartición de talleres. Terapia cognitivo conductual, terapias humanistas como PNL, psicodrama, gestalt, narrativa, terapia breve, etc.



 55 1191 3569  venluna.venluna@gmail.com



ARTURO SORIANO | VENTA DE SEGUROS PARA AUTO

ESPECIALISTA EN: Venta de seguros para autos particulares y de y servicio público individual o grupal, de vida, accidentes enfermedades y ante daños.

Sí estás interesado, por favor, mandar un WhatsApp y nosotros nos pondremos en contacto contigo.

 55 3121 0960  arturosoriano.041169@gmail.com

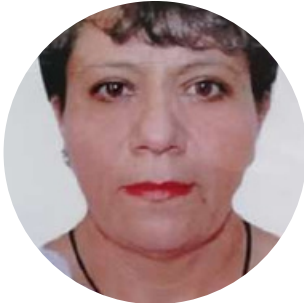


ELIZABETH LUQUE | VENTA DE PRENDAS DE VESTIR

ESPECIALISTA EN: Promuevo las riquezas naturales, culturales y arquitectónicas de México a través de prendas de vestir y accesorios

 55 2298 2592  eluque66@gmail.com  eluque@encantosdemitierra.com

DIRECTORIO COMERCIAL



CARMEN CAMPOS | PROFESORA DE INGLÉS

ESPECIALISTA EN: Implementación académica de estrategias de aprendizaje en lenguas extranjeras.

55 2848 3943 | jcsabinoa@gmail.com



ALMA ONTIVEROS | TERAPEUTA

ESPECIALISTA EN: Terapias de sanación con Ángeles y Biomagnetismo Cuántico.

55 1353 4912



LETICIA HERRERA | MAESTRA DE YOGA

ESPECIALISTA EN: Desintoxica y relaja tu cuerpo y tu mente. Logra un cuerpo más fuerte, sano y esbelto. Limpia y modifica malas posturas.

55 4361 2389 | leticia1hv@gmail.com



ANDREA VARELA | VENTA DE ARTE DE DECORACIÓN

ESPECIALISTA EN: Productos de alta calidad con edición limitada para lograr una exclusividad en los hogares y experiencias inolvidables a través de los sentidos.

55 3731 6747 | 55 5549 8188



**Consultoría en
Protección Civil**
Arq. Mario Alberto Martínez y Martínez
55-1190-4139 | consultoriapro.civil@gmail.com



Alma Ontiveros
Terapeuta en Sanación con Arcángeles y Medium Arcángelical
Cel 044-55 13 53 49 12
"Nada puede lastimarte a menos que le concedas el poder para hacerlo" UCM



Lucía Toscano: 55 2949 4875
MexicanadeBecas
Fondo de ahorro educativo
-FideliComiso especializado para la educación operado por Santander (2003285) -