

- Existen diversas formas de incrementar o mantener la rentabilidad en nuestra actividad comercial, pero nos vamos a centrar en las que pasan por un **crecimiento de las ventas por cliente** habitual:
 - **LA VENTA CRUZADA**, aumentando el valor que los clientes generan en nuestra empresa, o compensando una posible disminución del mismo.
 - **LA FIDELIZACIÓN**, aumentando el ciclo de vida del cliente en nuestra empresa, y su grado de vinculación.

“Gestión y fidelización de clientes”

care

- **La Venta Cruzada** permite plantear a los clientes productos o servicios complementarios a los que ya consumen o demandan, con un único objetivo...

... generarles un mayor valor!

- Y dando más valor al cliente, conseguimos...

... que no vaya a nuestra competencia!

“Gestión y fidelización de clientes”

care

- ¿Por qué **no ponemos en práctica** la venta cruzada en nuestra empresa?

... porque “puede” generar
rechazo en el cliente

... y porque es **difícil** y nos lleva
mucho tiempo



“Gestión y fidelización de clientes”

care

- La **fidelización** para nuestra empresa es....

... una **estrategia de supervivencia para poder competir** con otras empresas y conseguir que los clientes intensifiquen sus relaciones con nosotros, aumentando así....

- ▶ ... su satisfacción.
- ▶ ... su ciclo de vida.
- ▶ ... y su vinculación.

“Gestión y fidelización de clientes”

care

- Además de ser una estrategia de **supervivencia** con la que podemos **incrementar la rentabilidad** en nuestra empresa, la fidelización tiene otros objetivos:



- Fidelizar sólo a los mejores clientes



- Mejorar nuestra oferta de valor, introduciendo nuevos servicios



- Obtener mayor y mejor información de los clientes



- Establecer un nuevo canal de comunicación con los clientes



- Detectar acciones de la competencia sobre nuestros clientes

“Gestión y fidelización de clientes”

care

- ¿Cómo puede **crecer hoy la empresa...**?

- **Captando** clientes
- **Reduciendo la** pérdida actual de clientes
- Haciendo **más volumen** con los clientes actuales

- Y además, cada vez...

- Cuesta más captar clientes nuevos.
- El coste de captación es muy superior al de retención.
- El tiempo hace que los clientes tiendan a ser más rentables.

FIDELIZACIÓN...!

“Gestión y fidelización de clientes”

care

