

¿Cómo Mejorar la experiencia del cliente en el Sector Comercial?



**CUSTOMER
SATISFACTION**



<https://www.precognis.com>

info@precognis.com

La experiencia del cliente se ha convertido en un elemento crucial para el éxito en el sector comercial.

La capacidad de ofrecer un servicio excepcional y una experiencia de compra fluida puede marcar la diferencia entre retener clientes leales y perderlos ante la competencia.

El objetivo es atraer y fidelizar a los clientes potenciales, ofreciéndoles una experiencia de compra única y satisfactoria.



ÍNDICE



01 ¿Qué es la experiencia del cliente?

02 ¿Cuál es la importancia de la experiencia del cliente en el sector comercial?



03 Ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente

06 5 técnicas para mejorar tu customer experience



07 Conclusión

¿Qué es la experiencia del cliente?

La experiencia del cliente (customer experience) es crucial para fidelizar a los usuarios y consiste en ofrecer información, acompañamiento, servicios y mejoras para satisfacer sus necesidades en diversos sectores y escalas empresariales.

La CX no se trata solo de vender productos; se trata de construir relaciones sólidas y duraderas.

En el competitivo mundo del comercio, donde las opciones son abundantes, la manera en que los clientes perciben y experimentan cada interacción con tu marca puede influir directamente en su decisión de compra y lealtad a largo plazo.

La gestión de la experiencia del cliente busca cumplir o superar expectativas, aumentar la satisfacción y fidelidad de marca.

Los clientes satisfechos son fundamentales para el éxito de una empresa.

Sus comentarios positivos y espontáneos en redes sociales son una muestra de afecto y satisfacción que no siempre son fáciles de obtener.

Una fórmula simple, pero importante es tener clientes felices que no solo vuelvan a elegir la empresa, sino que también compartan su experiencia en redes sociales.



¿Cuál es la importancia de la experiencia del cliente en el sector comercial?

La experiencia del cliente es crucial para aumentar ingresos, identificar oportunidades de mejora, crear una comunidad y establecer lazos de confianza con los compradores de tus productos o servicios.

- ✓ **Aumenta los ingresos**
- ✓ **Identifica oportunidades de mejora**
- ✓ **Crea una comunidad alrededor de tu marca**
- ✓ **Establece lazos de confianza**

Las herramientas tecnológicas son esenciales para personalizar la experiencia del comprador y establecer un canal de confianza, empatía y afinidad, lo que contribuye a la satisfacción y felicidad del cliente.



Ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente

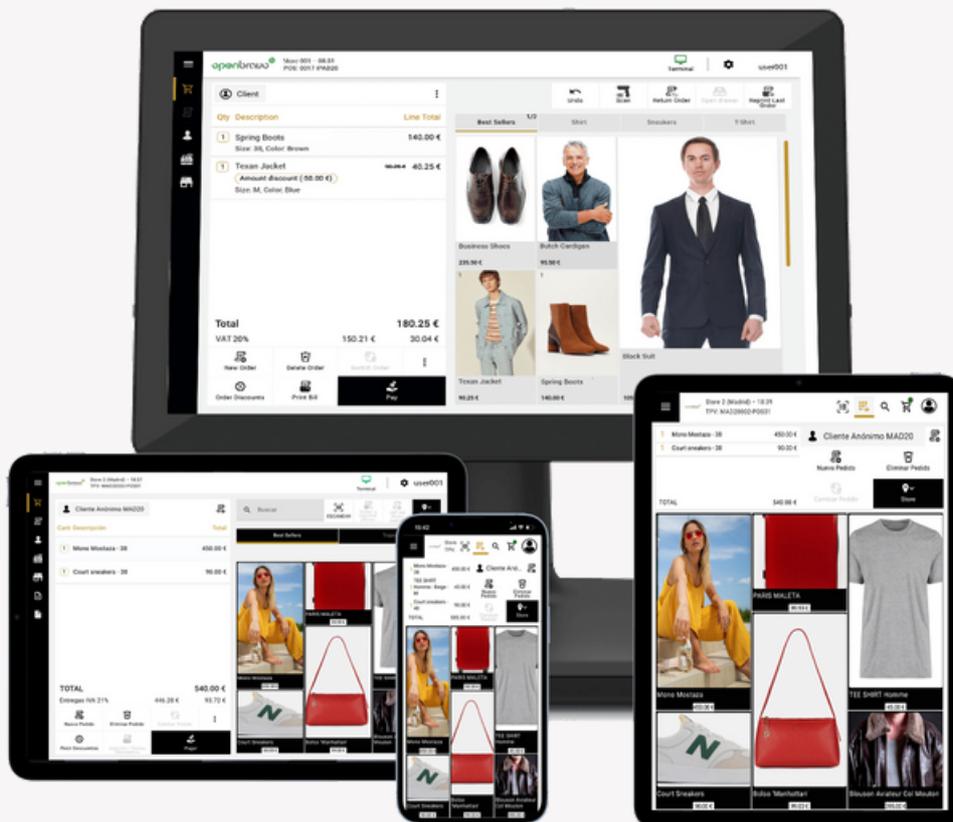
Para una experiencia satisfactoria del cliente, el punto de venta debe estar organizado y adaptado a sus necesidades. Algunas pautas son útiles para lograr esto:

- **Respuesta Inmediata**
- **Orden y organización**
- **Experiencia multicanal/omnicanal**
- **Estrategia de precios**



Ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente

- ✔ **Respuesta Inmediata:** Los consumidores demandan respuestas rápidas y soluciones efectivas a sus necesidades, por lo que es importante poder satisfacer sus requerimientos en el menor tiempo posible.
- ✔ **Orden y organización:** Mantener una tienda organizada y con existencias ordenadas ayuda a los clientes potenciales a tomar decisiones de compra. Controlar el stock en tiempo real es clave para una mejor organización en la tienda; El TPV y los software ERP ofrecen Solución de punto de venta totalmente en la nube, tecnología resistente. Proporciona análisis en tiempo real, permitiendo que los gerentes tomen decisiones estratégicas basadas en datos con respecto a la oferta de productos, precios y estrategias de marketing.
- ✔ **Experiencia multicanal/omnicanal:** Cada vez más tiendas utilizan dispositivos electrónicos o tablets para realizar pedidos en línea desde la tienda física, lo que evita perder al cliente y aprovecha ambos canales de venta.



En un mundo cada vez más digital, la integración con plataformas de comercio electrónico es esencial. Facilita la conexión entre la experiencia en tienda y en línea, brindando una experiencia de compra unificada y coherente para los clientes.

TPV Omnicanal

Beneficios del software TPV en la nube para todo tipo de comercio, completo, flexible y de fácil uso.

- ✓ Gestione con facilidad una variedad de transacciones como ventas, ofertas, reservas y devoluciones
- ✓ Asegure mayor calidad de la información de cliente, con validaciones a la entrada de datos en el punto de venta
- ✓ Controle acciones como descuentos manuales o la aceptación de diferencias en aperturas de caja mediante aprobaciones
- ✓ Soporte escenarios omnicanal como Click & Collect o devoluciones cruzadas entre tiendas y canales
- ✓ Acceda a información de cliente como datos personales, historial de pedidos o estadísticas como frecuencia de compra y ticket medio



5 técnicas para mejorar tu customer experience

Los valores y la experiencia son importantes para los consumidores al adquirir productos o servicios en la actualidad.

la experiencia del cliente es crucial para el éxito de las empresas. Para mejorar la satisfacción de los clientes, aquí te presentamos 6 técnicas y consejos útiles:

1. **Personalización de contenidos:** generar valor para tus clientes es fundamental para el éxito de tu empresa, por esta razón es fundamental los contenidos en la estrategia de marketing, Un Mapa de Experiencia de Cliente te permite conocer cada etapa del ciclo de vida del usuario y dirigir mejor la estrategia de contenido y así conseguir los objetivos; Te generamos algunas ideas para hacer una personalización : Plan de contenido, calendario, temáticas, Emails personalizados para cada tipo comprador, lista de deseos etc.
2. **Implementación del A/B Testing:** El sistema de test A/B es una excelente forma de mejorar la conversión al descubrir las razones por las cuales los clientes abandonan el proceso de compra. Además, proporciona información valiosa sobre la tienda en línea y la experiencia del usuario.
3. **Up-selling y cross-selling:** El up-selling y cross-selling son técnicas de venta online que pueden aumentar los beneficios. El up-selling sugiere productos relacionados con la última compra del consumidor, mientras que el cross-selling sugiere productos complementarios.
4. **Atención al cliente multicanal** Para satisfacer las necesidades de los clientes, es fundamental en toda empresa optimizar el departamento de servicio al cliente y dar solución en todos los canales; Hoy en día la tecnología artificial o chatbots son muy utilizadas en las empresas para resolver dudas o problemas de manera efectiva y eficiente.
5. **Web Mobile y Aplicaciones móviles:** La tendencia actual en diseño web es crear una experiencia de usuario móvil, permitiendo a los compradores acceder a la web desde cualquier smartphone. Las webs móviles son más ágiles y ofrecen una experiencia intuitiva, mientras que las aplicaciones para tiendas online también están en aumento, permitiendo acceso y compras en cualquier momento.



En resumen, el objetivo es mejorar la experiencia del usuario durante el proceso de compra para atraer y fidelizar a los clientes potenciales al ofrecer una experiencia única y satisfactoria.





¿Necesitas ayuda?

**¡Estamos aquí para ti!
No dudes en contactarnos.**



+34 935 32 48 00



info@precognis.com



https://www.precognis.com/



Av. de Madrid, 95, 08028 Barcelona



PRECOGNIS
YOUR TECHNOLOGY PARTNER

WWW.REALLYGREATSITE.COM