

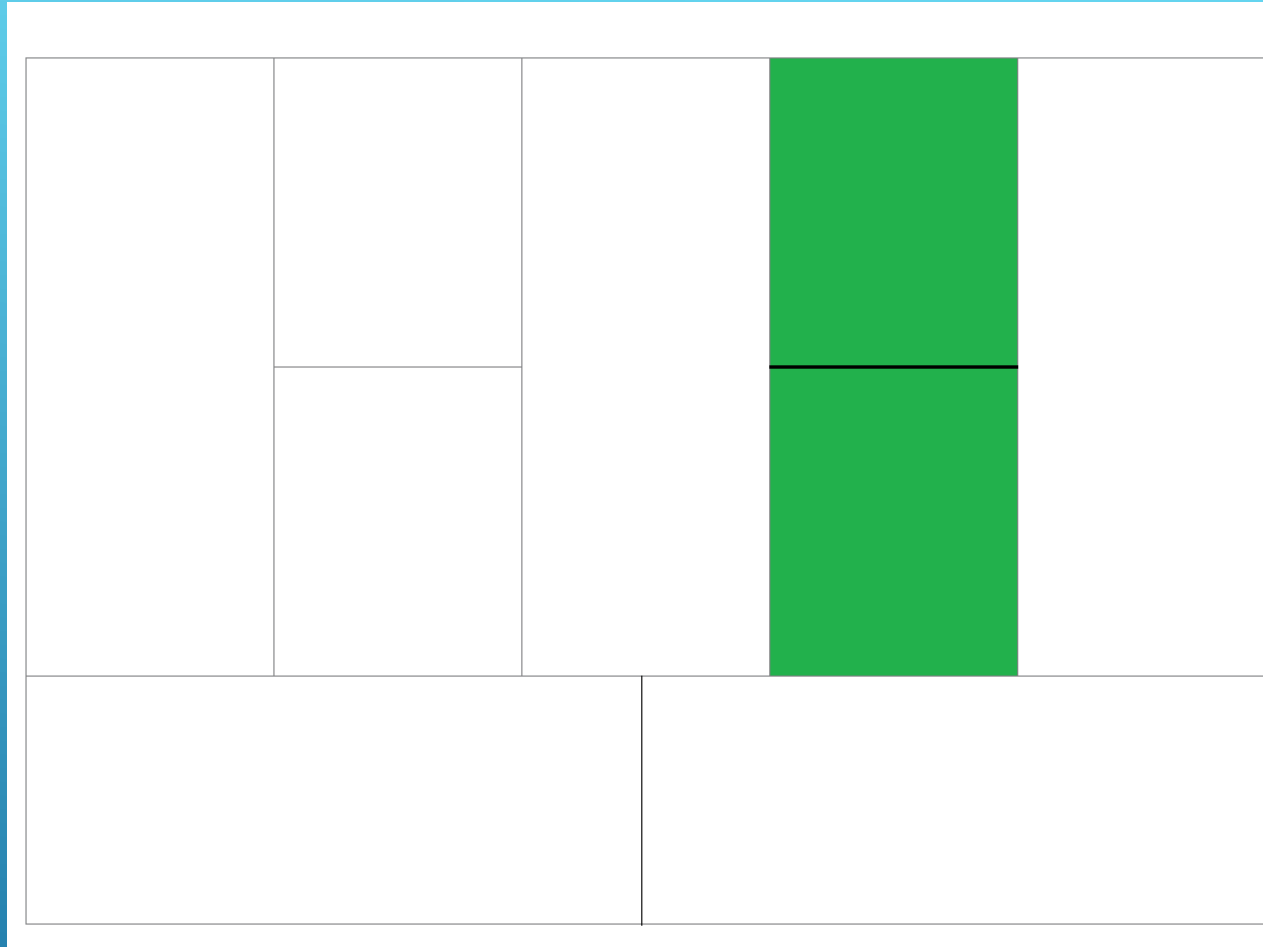
AP01 – ELABORAR Y ESTUDIAR LA VIABILIDAD DE LA SOLUCIÓN INFORMÁTICA (CANVAS)

Conectar con el cliente

Objetivos:

- Comprender la importancia de establecer diferentes tipos de relación empresa-cliente, en función del tipo de cliente y sus necesidades.
- Conocer, mediante el estudio de casos reales, qué tipo de relación establecen algunas empresas ya consolidadas con sus clientes tipo, y cómo lo transmiten en su Lienzo de Modelo de Negocio.
- Conocer, mediante el estudio de casos reales, cómo otras empresas utilizan estratégicamente algunos canales de distribución para hacer llegar su propuesta de valor al cliente.
- Aprender a identificar, en función de la propuesta de valor y el tipo de cliente, los canales de distribución más adecuados para la entrega de dicha propuesta de valor.
- Continuar completando el primer borrador del lienzo de la idea de negocio particular seleccionada por cada grupo de aprendices.
- Provocar en el aprendiz un pensamiento crítico.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES – CANALES DE DISTRIBUCIÓN



RELACIÓN CON LOS CLIENTES - CANALES DE DISTRIBUCIÓN

HAROL MAURICIO GÓMEZ ZAPATA

TIPOS DE RELACIÓN:

Cuidar la relación con los clientes es sinónimo de estar enfocando el esfuerzo de la empresa hacia la fidelización del cliente y el fomento de la repetición de compra, con lo que garantizamos, en cierto modo la continuidad del negocio.

Es más caro captar un nuevo cliente que mantener a un cliente ya captado. Esta suele ser la asignatura pendiente de muchas empresas.

Cada empresa debe establecer el proceso, el protocolo y el estilo de comunicación que más convenga a cada uno de sus clientes.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Preguntas clave:

- ▶ ¿Cuál es el nivel de relación que la empresa va a tener con cada segmento de clientes?
- ▶ ¿Cómo se les captará?, ¿Qué estrategias de marketing utilizará la empresa para ello?
- ▶ ¿Cómo se les retendrá / fidelizará?
- ▶ ¿Cómo se conseguirá rentabilizar esa fidelidad?, ¿Cómo se logrará que el cliente compre más productos/servicios de la empresa?
- ▶ ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Existen varias categorías de relaciones con los clientes que pueden coexistir en las relaciones que una empresa mantiene con un segmento de mercado determinado:

- ▶ Asistencia personal. Ej.: puntos de venta, centros de llamada, correo electrónico, entre otros.
- ▶ Asistencia personal exclusiva. Ej.: ejecutivos de cuentas, que se relacionan con los clientes importantes.
- ▶ Autoservicio.
- ▶ Servicios automáticos. Ej.: simular una relación personal (por ejemplo, recomendando un libro o una película).
- ▶ Comunidades. Ej.: GlaxoSmithKline.
- ▶ Creación colectiva. Ej.: amazon.com, Netflix, YouTube.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

LA ENTREGA DE LA PROPUESTA DE VALOR

Los canales de distribución y comunicación son los flujos que utilizan las empresas para hacer llegar sus propuestas de valor a los distintos segmentos de mercado (clientes).

Para asegurar el éxito de nuestro negocio, es necesario determinar, entre otras cosas, cuáles son los canales estratégicos más eficaces para entregar el valor al cliente.

Actualmente, la web y las redes sociales constituyen soportes determinantes entre la empresa y los clientes.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- ▶ ¿Cómo se hará llegar la propuesta de valor 1 al segmento de clientes 1?
- ▶ ¿Cómo se conseguirá que el producto/servicio llegue al cliente?
- ▶ ¿Qué medios y/o soportes intervendrán en dicha entrega?
- ▶ ¿Cómo podrá contactar cada uno de los segmentos de mercado con la empresa?
- ▶ ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?
- ▶ ¿Cómo se conjugan nuestros canales?
- ▶ ¿Cuáles son más rentables?
- ▶ ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

HAROL MAURICIO GÓMEZ ZAPATA

Tipos de canal:

Directos:

- *Equipo comercial.*
- *Ventas en internet.*

Indirectos:

- *Tiendas propias.*
- *Tiendas de socios.*
- *Mayoristas.*

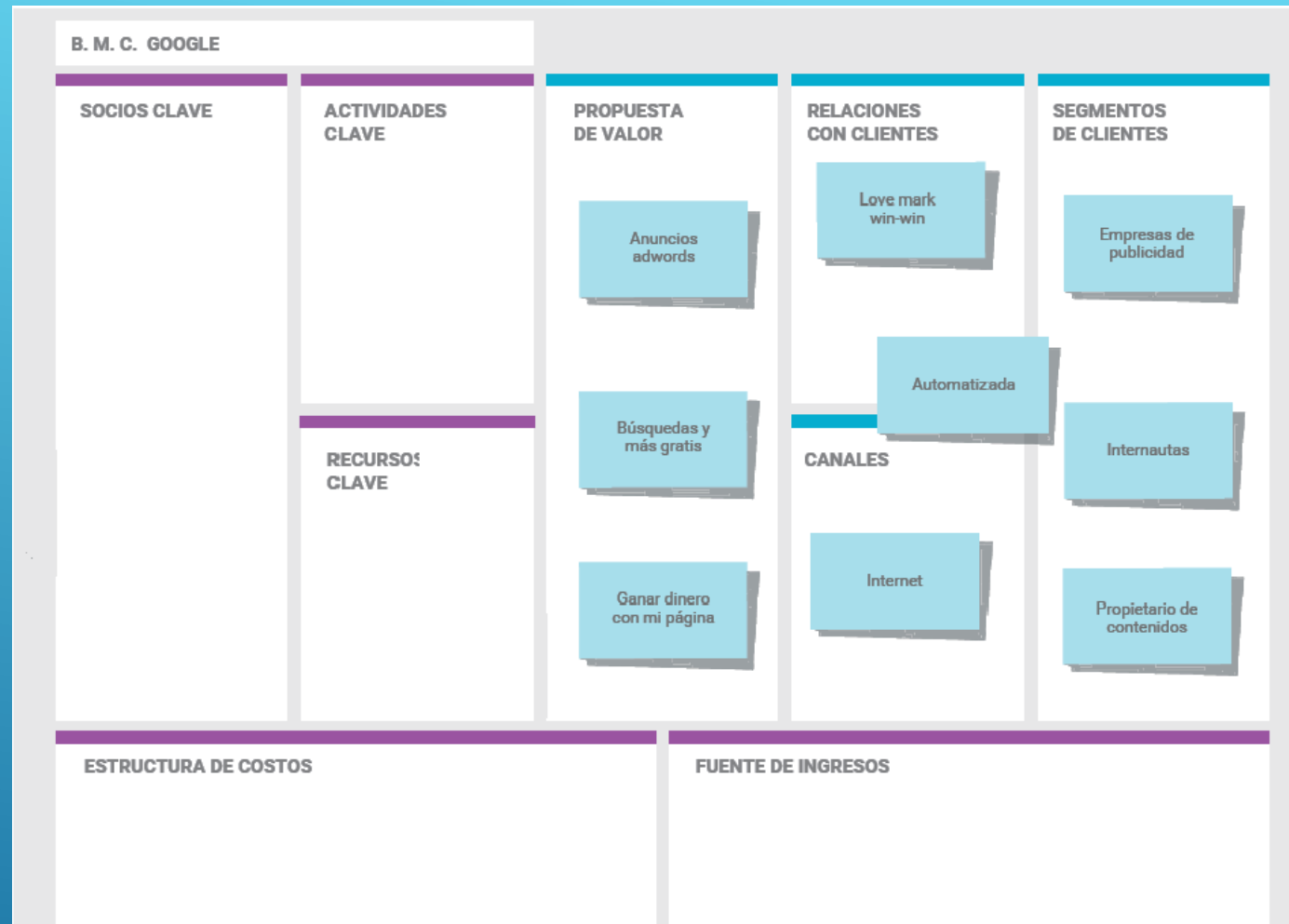
CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Fases de canal

- 1. Información.*
- 2. Evaluación.*
- 3. Compra.*
- 4. Entrega.*
- 5. Posventa.*

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

HAROL MAURICIO GÓMEZ ZAPATA

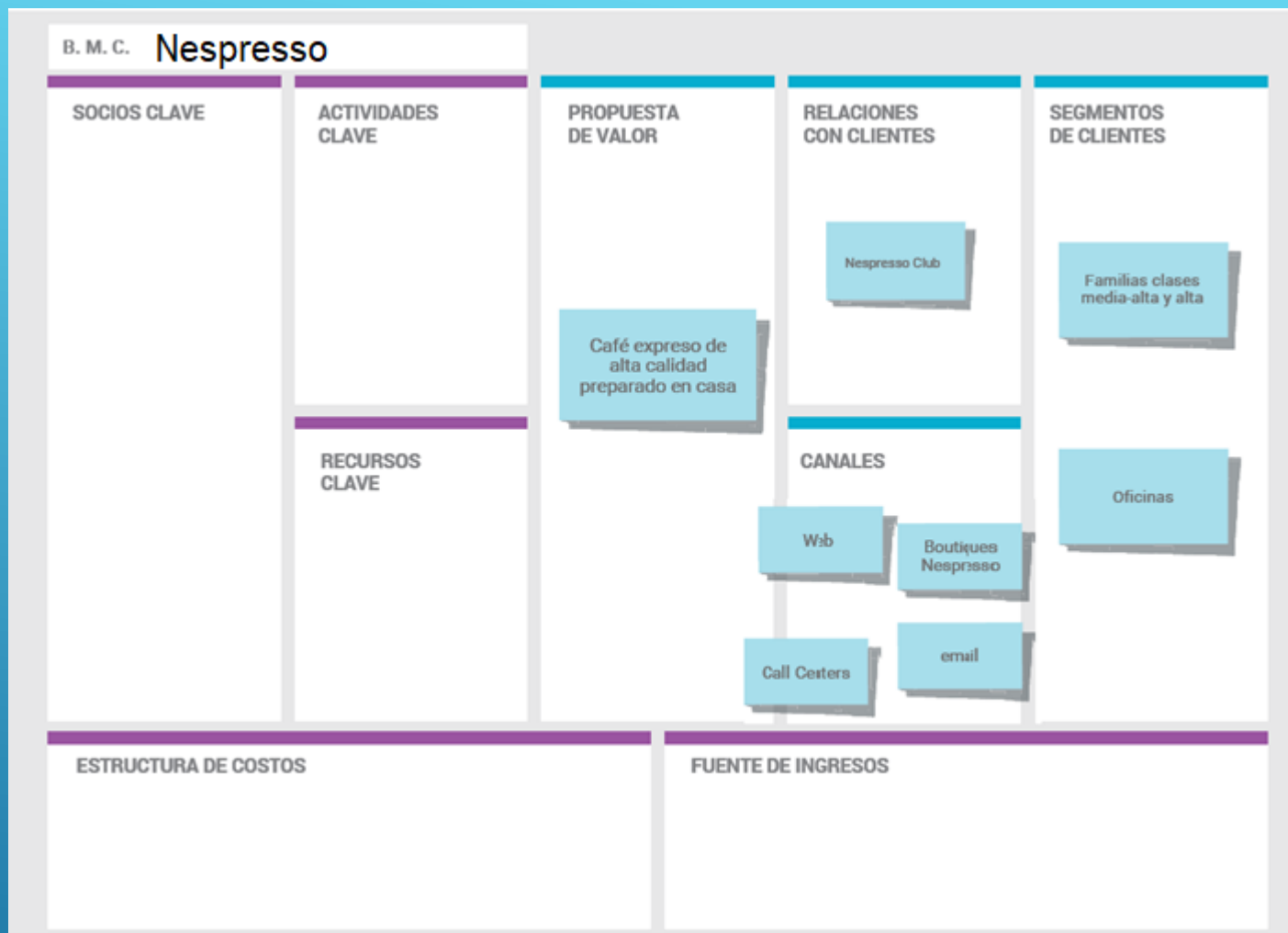


RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN - GOOGLE

HAROL MAURICIO GÓMEZ ZAPATA

11

25/08/2021



RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN - NESPRESSO

HAROL MAURICIO GÓMEZ ZAPATA

12

25/08/2021

ACTIVIDAD

En los equipos colaborativos:

- Consultar y estudiar la relación con los clientes y los canales de distribución de las cuatro empresas consultadas anteriormente.
- Añadir al lienzo Canvas de cada una de las empresas.
- De acuerdo a lo consultado y estudiado realizar la relación con los clientes y los canales de distribución de la idea de negocio de cada equipo.
- De acuerdo a lo consultado y estudiado añadir al lienzo canvas la relación con los clientes y los canales de distribución de la idea de negocio de cada equipo.
- Crear un documento con las normas APA e ICONTEC para la entrega de la actividad.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES - CANALES DE DISTRIBUCIÓN