

MAR 26, 2018 POR SALESFORCE LATINOAMÉRICA

Postventa: qué es y cómo realizarla

EN SERVICIOS



VER TODOS LOS POSTS

Actualmente, a pesar de la importancia de contar con clientes leales y nutrir una relación, observamos que muchas empresas aún invierten la mayor parte de su tiempo y recursos en estrategias para conquistar nuevos clientes.

Sin embargo, al acompañar los cambios acelerados en la manera en que las personas se conectan con las empresas, lo que percibimos es que, cada vez más, necesitamos tener en cuenta la perspectiva de la fidelización de clientes y sobre cómo la transformación digital influye en esto.

Es claro que la búsqueda de nuevos clientes no es completamente dejada de lado, pero para lograr el éxito es esencial crear una cultura de fidelización. Cuando un cliente compra por primera vez, tiene una buena experiencia en todos los puntos de contacto y principalmente si la relación continúa después de la compra, tiene la

oportunidad de regresar para [cerrar más negocios](#), además, es muy probable que el cliente recomiende tu empresa.

Es allí donde entra el proceso de post venta. Al conocer mejor el concepto y entender la importancia de la postventa en la [relación con el cliente](#), estarás preparado para repensar y dirigir tus estrategias.

¿Qué es la postventa?

Empezando por la búsqueda de una definición, podemos decir que la postventa es la parte de la [atención al cliente](#) que reúne todas las estrategias pensadas para mejorar la experiencia después de la compra y mantener una relación duradera con los clientes, siempre correspondiendo a sus expectativas y necesidades.

<i>Es erróneo pensar que el objetivo es alcanzado en el momento en que una venta es cerrada. Por el contrario, el trabajo está apenas empezando.</i>
--

La postventa es una manera de fidelizar a los clientes y exige muchos esfuerzos y acciones para estrechar la relación. Tú ya sabes que, en el escenario competitivo en el cual estamos hoy, fidelizar los clientes es cada vez más difícil.

Pero, ¿por qué es tan importante fidelizar a los clientes y lograr una postventa eficiente?

Tener un servicio de postventa eficiente y trabajar las estrategias de manera adecuada puede traer un gran diferencial para tu empresa. En la mayoría de los casos, son las acciones de postventa las que hacen que tu empresa sea recordada por los clientes.

Cuanto más sea recordada tu empresa, y los clientes fieles compren de manera recurrente, más aumenta la frecuencia y la cantidad de ventas cerradas. Fidelizar clientes es una salida con costo inferior para vender más, si la comparamos con la conquista de nuevos clientes.

El motivo por el cual este ciclo ocurre no es un misterio. A medida que nutres la relación con el cliente y ofreces experiencias positivas, éste reconoce el valor que tú ofreces y se va convenciendo de que tu empresa es la mejor opción para realizar una compra; al contrario de lo que ocurre con un cliente prospecto, que necesita pasar por el recorrido completo hasta decidir cerrar un negocio.

¿Cómo elaborar una estrategia de postventa?

El servicio de postventa va más allá de atender al cliente siempre que entra en contacto o está presente. Es necesario pensar en algunas acciones que refuercen tu estrategia como un todo y deleiten al cliente.

Para ayudarte, enumeramos 5 claves para elaborar una estrategia de postventa y mejorar ese proceso dentro de tu empresa.

1. Haz un seguimiento y mantén contacto con el cliente

Una de las utilidades de mantener un servicio de postventa eficiente es la oportunidad de estar en contacto con el cliente y entender si la compra fue satisfactoria, cuales

fueran los puntos altos y bajos del proceso y lograr una retroalimentación para identificar los puntos a ser mejorados.

El seguimiento sirve tanto para analizar el escenario así como para recordar al cliente que tu empresa está preocupada por su satisfacción y necesidades. Una manera simple de estar en contacto con los clientes es a través del correo electrónico. Al recibir un contenido que realmente sea relevante, ellos serán mucho más leales a su marca.

2. Crea un programa de fidelización

El programa de fidelización es una estrategia para acercarse aún más a los clientes entregando alguna recompensa o beneficio.

Además de atribuir experiencias más relevantes y personalizadas con la marca, el programa de fidelización posibilita obtener más datos sobre los clientes, que pueden ser utilizados para personalizar y adaptar recomendaciones.

3. Informa a tus clientes sobre lanzamientos y sugerencias

Utiliza los datos disponibles para enviar sugerencias personalizadas de productos o servicios y mantener al cliente informado sobre lanzamientos que puedan interesarle.

4. Envía regalos en fechas especiales

Fechas especiales como cumpleaños, por ejemplo, son oportunidades ideales para enviar regalos simples a los clientes y hacer que la relación sea aún más cercana. Tener ese cuidado, muestra que la empresa se preocupa por el bienestar del cliente.

5. Adopta una solución de CRM

Implementar una plataforma de **CRM** permite la integración de todas tus acciones de postventa, además de ser una manera de perfeccionar la atención al cliente, la **mesa de ayuda** y el soporte multicanal.

Con toda la información e interacciones del cliente almacenadas en un solo lugar, es mucho más fácil mejorar la experiencia del cliente.

<https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/3/Postventa-que-es-y-como-hacer.html>