



Atención al cliente y comunicación comercial.

Clientes con compra.

Clientes con compra.

Cuando un cliente realiza una compra, es una oportunidad para seguir creciendo las ventas en el futuro. Con frecuencia, los nuevos negocios realizan ventas y no toman los datos del cliente, lo cual es un error, pues cuando una persona adquiere un bien o servicio está dando mucha información valiosa que todo negocio debe aprovechar, interpretándola adecuadamente.

A continuación, se mencionan los tipos de clientes con compra:

Por su satisfacción.

Según la satisfacción, los clientes se pueden clasificar en:



Clientes muy satisfechos.



Clientes satisfechos.



Clientes insatisfechos.

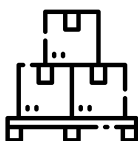
Clientes muy satisfechos: son aquellos que consideran que su compra sobrepasa sus expectativas. Se siente contento y establece una asociación cognitiva muy positiva con la empresa. Habitualmente es un cliente que recompra y recomienda.

Por el volumen de compras.

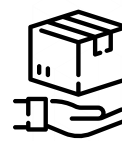
Según su volumen de compras, los clientes se pueden clasificar en:



Clientes de alto volumen.



Clientes con volumen medio.

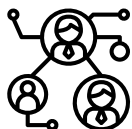


Clientes con bajo volumen.

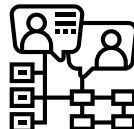
Clientes de alto volumen: suelen ser relaciones comerciales B2B, son los que llaman mayoristas, en ocasiones la empresa depende de estos clientes, porque significan un porcentaje alto de los ingresos de la empresa y se deben tratar de manera personalizada.

Por su influencia.

Según su influencia, los clientes se pueden clasificar en:



Grandes influyentes.



Clientes con influencia organizativa.



Clientes con influencia familiar.

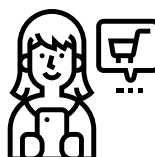
Grandes influyentes: son aquellos compradores que tienen comunicación con gran alcance, por lo general, son personas de la vida pública y lideran opiniones negativas o positivas que pueden generar gran impacto. Estos clientes, además de consumir productos de alta gama, funcionan como comerciales.

Por su frecuencia o vigencia.

Según el nivel de compra con relación al tiempo se dividen en:



Clientes con compra frecuente (activos).



Clientes con compras habituales (activos).



Clientes de compra una única vez (inactivos).

Clientes con compra frecuente (activos): son clientes satisfechos, las empresas alcanzan su objetivo de desarrollar el cliente y conseguir su fidelización. Es importante mantener un trato personalizado con ellos.