



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

AGENTES DEL CAMBIO
MÓDULO 3: LOS PROCESOS DEL CLIENTE

PROCESO DE POSTVENTA Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

R Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DE LA SESIÓN 8

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

RECORDAMOS LAS FASES

- Atraer visitas o adquisición, o el proceso de información y decisión que es el que vamos a tratar hoy. CAPTACIÓN O ADQUISICIÓN
- Convertir las visitas en clientes, que será la próxima sesión, en la que hablaremos de la compra y la entrega. CONVERSIÓN
- Fidelizar a los clientes, que será la última sesión donde además hablaremos de la post venta, aunque estrictamente a veces se consideran fases fuera del proceso de compra y otras no. FIDELIZACIÓN



Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

LA POSTVENTA

PICKING, PACKING, LOGÍSTICA, ENTREGA, UNBOXING
ESTRATEGIAS Y MEDICIONES

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIOERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



POSTVENTA

Actividades y acciones que una empresa realiza después de que se haya realizado la venta de un producto o servicio.

Este proceso se centra en mantener una relación satisfactoria con el cliente una vez que se ha completado la transacción inicial.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

PICKING - SELECCIÓN

Elección de la mercancía y disposición por pedidos.

PACKING - EMBALAJE

Embalar o empaquetar los productos que hemos elegido en la fase de picking, y etiquetarlos correctamente para el envío.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



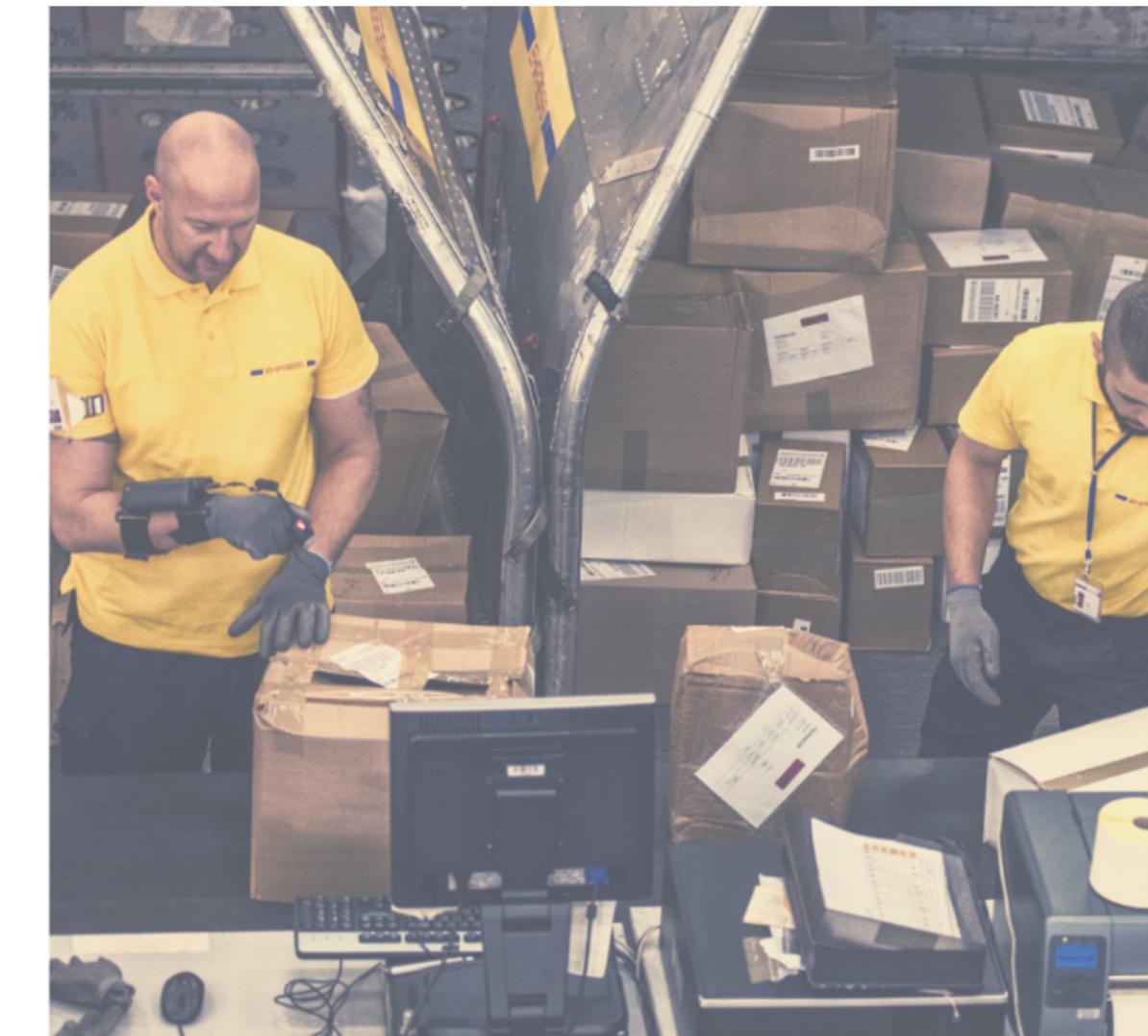
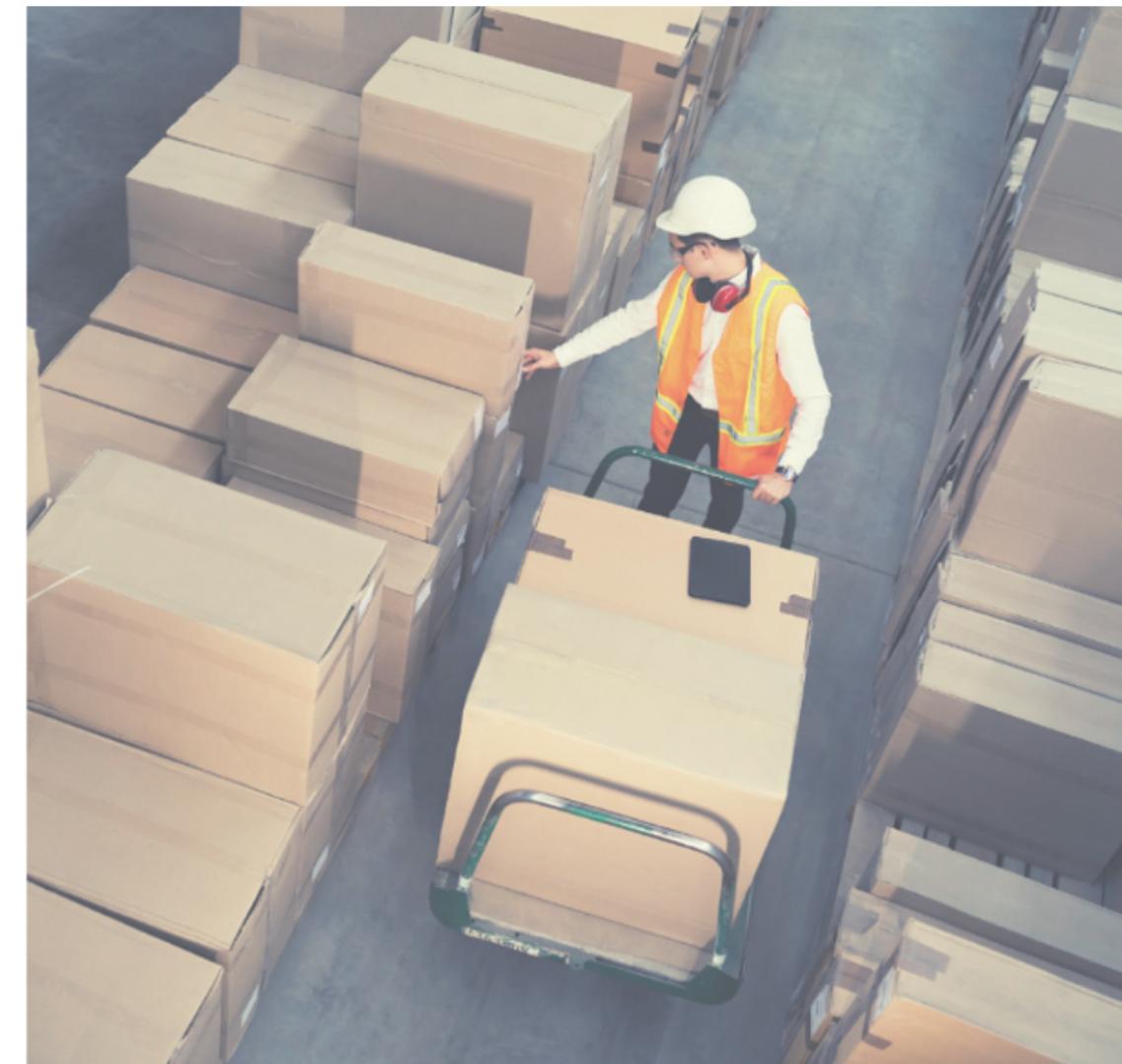
Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENTREGA Y LOGÍSTICA

Hace referencia a la forma de envío de los productos y a cómo la mercancía se recepciona por parte del cliente final.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENTREGA A DOMICILIO

Ventajas: comodidad, flexibilidad, seguimiento.
Desventajas: coste y dificultades de entrega.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

RECOGIDA EN TIENDA

Ventajas: ahorro de costes, flexibilidad, experiencia omnicanal.

Desventajas: dificultades en la recogida, limitaciones geográficas, tiempo de espera.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENTREGA EN PUNTOS DE CONVENIENCIA (PICKING POINTS)

Ventajas: comodidad, flexibilidad, amplio alcance.

Desventajas: dificultades en la recogida, tiempo de espera y limitaciones en el tamaño del paquete.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:


ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON

ZARA

DOMINO'S PIZZA

IKEA

WALLMART

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
ENTREGA EN EL MISMO DÍA

ZARA

DOMINO'S PIZZA

IKEA

WALLMART

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
ENTREGA EN EL MISMO DÍA

ZARA
RECOGIDA EN TIENDA

DOMINO'S PIZZA

IKEA

WALLMART

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
ENTREGA EN EL MISMO DÍA

ZARA
RECOGIDA EN TIENDA

DOMINO'S PIZZA
TRACKING Y PICKING POINTS

IKEA

WALLMART

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:
ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



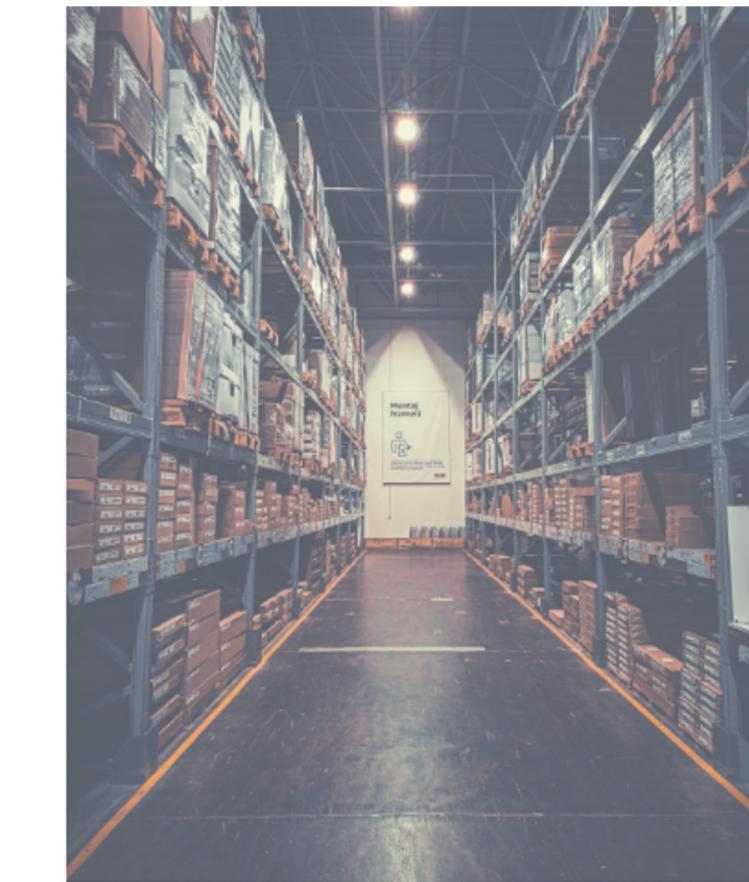
Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
ENTREGA EN EL MISMO DÍA

ZARA
RECOGIDA EN TIENDA

DOMINO'S PIZZA
TRACKING Y PICKING POINTS

IKEA
A DOMICILIO VOLUMÉTRICO

WALLMART

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



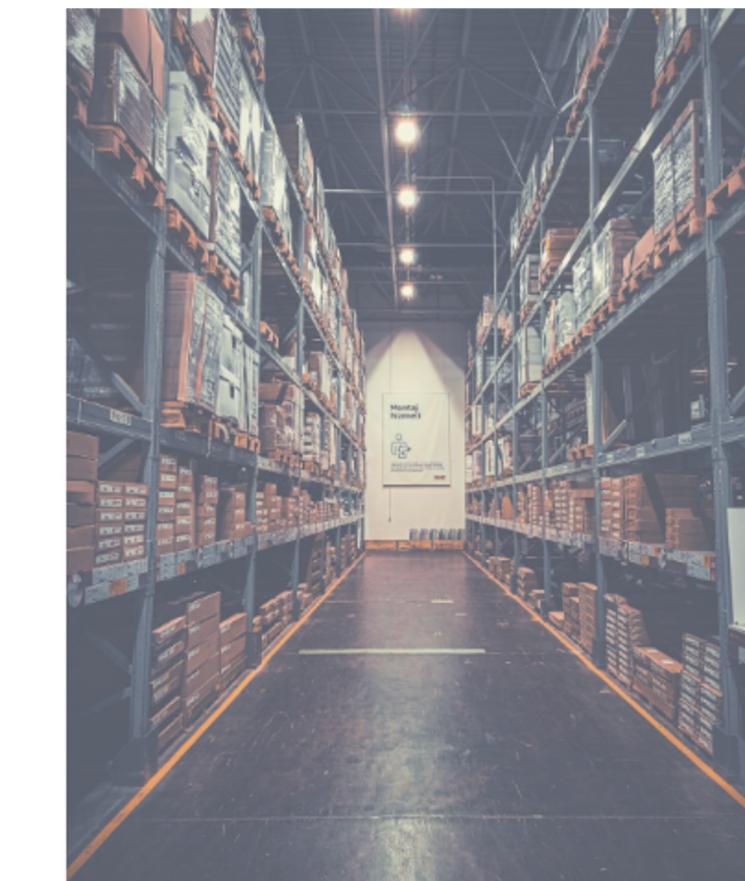
Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
ENTREGA EN EL MISMO DÍA

ZARA
RECOGIDA EN TIENDA

DOMINO'S PIZZA
TRACKING Y PICKING POINTS

IKEA
A DOMICILIO VOLUMÉTRICO

WALLMART
TIENDA Y DRONES

EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE HAN MEJORADO SU PROCESO DE ENTREGA

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:
ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

• • •

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

• • •

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO
ALIANZAS CON PROVEEDORES

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA
VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO
ALIANZAS CON PROVEEDORES
PUNTOS DE CONVENIENCIA

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO
ALIANZAS CON PROVEEDORES
PUNTOS DE CONVENIENCIA
SEGUIMIENTO DE PEDIDOS

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

R Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO
ALIANZAS CON PROVEEDORES
PUNTOS DE CONVENIENCIA
SEGUIMIENTO DE PEDIDOS
OPTIMIZACIÓN DE RUTAS

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ENVÍOS GRATIS
ENTREGAS EXPRESS
GESTIÓN DE INVENTARIO
ALIANZAS CON PROVEEDORES
PUNTOS DE CONVENIENCIA
SEGUIMIENTO DE PEDIDOS
OPTIMIZACIÓN DE RUTAS
POLÍTICA DE DEVOLUCIONES

• • •

ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOGÍSTICA Y ENTREGA ECOMMERCE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

←

servicios de entrega

I IKEA Family Anteayer
para mí

Mostrar siempre imágenes de este remitente



Si tienes problemas para ver este correo [puedes dar clic aquí](#)
ANGELA BAUS
6275980220550408082

Ding, dong... ¡soy tu super pedido!



Y es que hasta el 18 de junio, bajamos el precio de nuestros servicios de entrega. Ya sea un gran armario, un conjunto de sillas o un dormitorio entero, disfrútalo y llena tu hogar de inspiración sin mover un dedo.

[Ver nuevos precios](#)

[Ver nuevos precios](#)

Haz tu compra y elige tu tarifa

- Entrega en la puerta de casa por **12,90€** Max 100kg total pedido, 25kg y 150cm por producto. (Precio anterior: 19,99€).
- Entrega en la habitación que elijas desde **19,90€**. Sin límite de peso. (Precio anterior desde 39€).
- Si tu compra supera los 600€, compras lo que compres, te lo entregamos en la habitación que elijas por **69,90€**.

Haz tu compra y elige tu tarifa

- Entrega en la puerta de casa por 12,90€ Max 100kg total pedido, 25kg y 150cm por producto. (Precio anterior: 19,99€).
- Entrega en la habitación que elijas desde 19,90€. Sin límite de peso. (Precio anterior desde 39€).
- Si tu compra supera los 600€, compras lo que compres, te lo entregamos en la habitación que elijas por 69,90€.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

SOFTWARE SAAS DE LOGÍSTICA PARA ECOMMERCE

ONTRUCK

PAACK

3D CLICK

NEKTRIA

HUBOO

FULFILLMENT BY AMAZON (FBA)



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

RETOS DE LOS ECOMMERCE EN LOGÍSTICA

GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

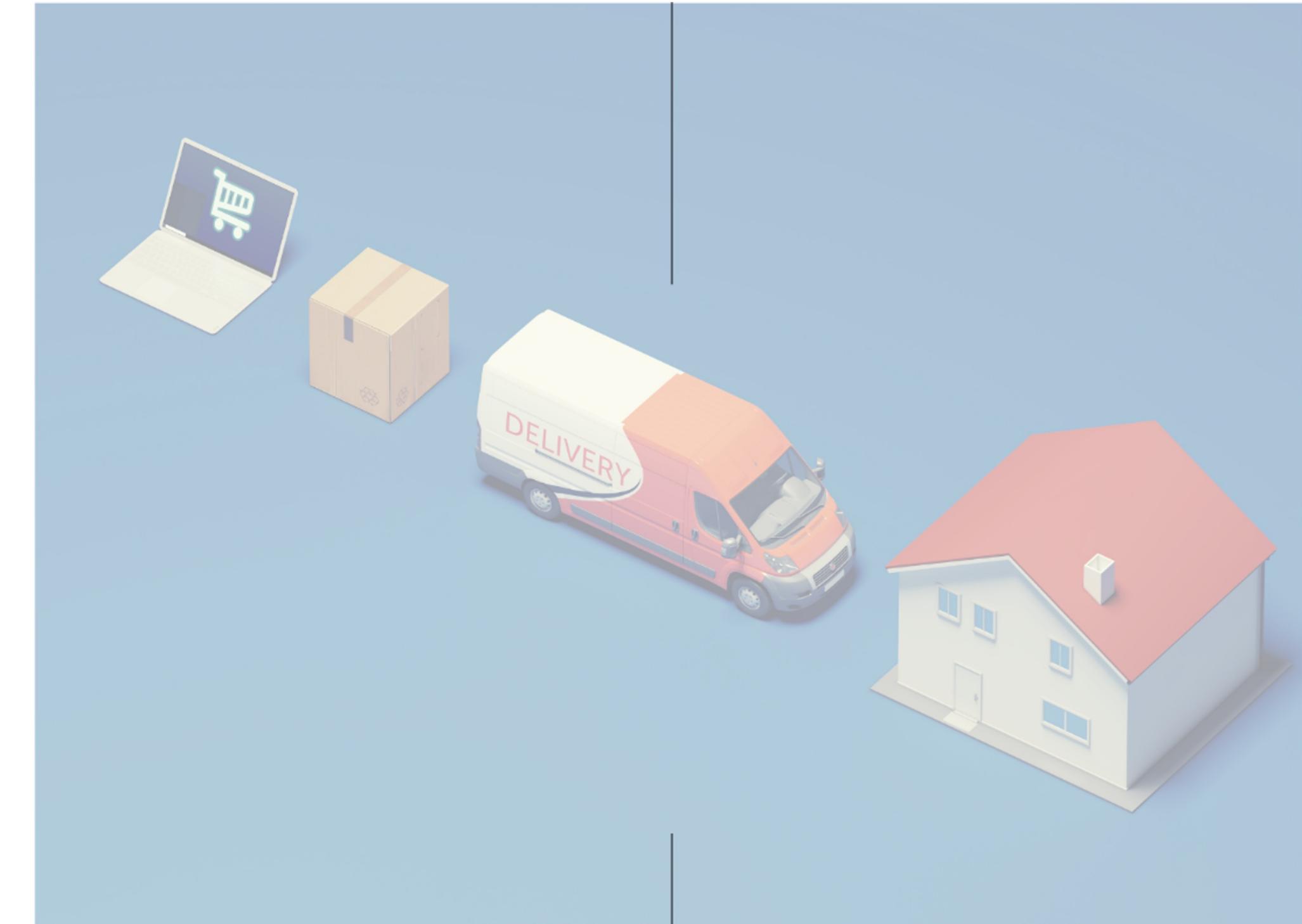
VELOCIDAD Y RAPIDEZ

GESTIÓN DE INVENTARIO

LOGÍSTICA INVERSA

SOSTENIBILIDAD

ÚLTIMA MILLA



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

LA EXPERIENCIA DEL UNBOXING

En un ecommerce estas dos últimas fases suponen muchísimo y son altamente importantes.

No solo porque el cliente quiere recibir el producto que ha pedido sin errores, a tiempo y sin roturas, si no que quiere que le llegue en buenas condiciones y de momento, nos encontramos en un punto de contacto con la marca.

A veces, el único momento de contacto real físico.



Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

BEEMAD. MIEL PSICOACTICA DEL HIMALAYA

Esta vez han viajado hasta Nepal para ganarse la confianza del pueblo Gurung, una etnia de Gandaki. Ellos son los encargados desde hace siglos de la recolección de una miel muy especial conocida por sus propiedades psicoactivas y alucinógenas.

La miel es elaborada por enjambres de *Apis Dorsata*, abejas «gigantes» del Himalaya a partir de la flor nacional de Nepal, el rododendro. La grayanotoxina presente en el néctar de esta flor es la sustancia química que aporta a la miel sus alucinógenas cualidades.

A cambio de poder comercializar este producto, Beemad se compromete a revertir la mitad de los beneficios generados a proyectos sociales en Nepal. Se trata de una tirada muy limitada de miel, sólo disponible bajo pedido a través de su web.



Diseño de packaging inspirado en la verticalidad de los acantilados donde se extrae la miel.

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

MAIWABRAND - TIENDA ONLINE DE CAMISETAS RASPA

La primera conservera de camisetas del mundo nace e
Galicia, no podría ser de otra forma.



Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

Aunque no sea nada tan sorprendente, qué menos que si recibimos un ordenador, esté correctamente dispuesto.
Encajado en un envase más o menos justo y protegido.



Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

EL OBJETIVO DE LA POSVENTA ES ASEGURAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

SERVICIO AL CLIENTE

Canal de comunicación abierto

GESTIÓN DE RECLAMACIONES

Atender y resolver de manera efectiva las quejas,
devoluciones o reclamaciones

SOPORTE TÉCNICO

Brindar asistencia técnica

SEGUIMIENTO DE LA SATISFACCIÓN

Detectar áreas de mejora



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

Compra online con Trusted Shops

Comprar de forma segura es fácil



Identifica tiendas online seguras y con un servicio excelente

Más información

Trustpilot para empresas

← Para cons

Gánate la confianza de los clientes con reseñas

Únete a las 25.000 empresas que ya tienen una plataforma abierta.

Solicitar demo

Opiniones Verificadas

Incluido a partir de 121 opiniones

9.2

90.9% 110 opiniones

2.5% 3 opiniones

TRUSTED SHOPS

Protección, sello y
valoraciones

TRUSTPILOT

OPINIONES VERIFICADAS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

PLUGGINS DE OPINIONES
VERIFICADAS

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

The screenshot shows the Pipedrive CRM interface. On the left is a vertical sidebar with icons for navigation. The main area has a header with a search bar and user information. Below the header are five cards representing different stages of a process:

- Nueva incidencia: 0 € · 1 negocio. Details: Negocio [TEST] Cajeando, [TEST] Cajeando, [TEST] Angela.
- Contacto con agencia de transporte: 0 €
- Solución al cliente: 0 €
- Propuesta realizada: 0 €
- Resolución: 0 €

HERRAMIENTAS PARA SERVICIO POSTVENTA

EMBUDOS EN TU CRM

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

The screenshot shows a CRM application interface. On the left, there's a sidebar with sections for 'DETALLES' (Title, Labels, Value, Due date, etc.), 'PERSONA' (Contact information), 'ORGANIZACIÓN' (Organization linking), and 'CORREO ELECTRÓNICO CCO' (Email specific to the prospect). The main area displays a 'Chat' window with a message from 'M Carmen' about a new project. Below it is an 'Actividad' (Activity) section showing no scheduled events, and a 'Correo electrónico' (Email) section listing three messages from 'Cajeando' and one from a 'Chatbot'. At the bottom, there are buttons for 'Archivo' (File) and 'Convertir a negocio' (Convert to business).

HERRAMIENTAS PARA SERVICIO POSTVENTA

PLATAFORMAS DE SERVICIO AL CLIENTE

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

LLEGAR A TUS CLIENTES DONDE ESTÉN

La conversación sigue en pie, sin importar cómo decidan interactuar (por mensajería, chat en vivo, redes sociales, correo electrónico o voz).

GUIAR A LOS CLIENTES PARA QUE RESUELVEN LOS PROBLEMAS POR SÍ MISMOS

A través de un centro de ayuda integrado y un foro de la comunidad, donde los clientes pueden resolver problemas a su propio ritmo y, a la vez, se reducen los tiempos de resolución para los agentes.

OFRECER UN TOQUE PERSONAL A GRAN ESCALA

Personalizando la experiencia para cada cliente sin importar cuánto crezca tu negocio, con el uso de automatización y bots impulsados por IA para obtener el contexto y garantizar que los clientes nunca tengan que repetir las cosas.

HERRAMIENTAS PARA SERVICIO POSTVENTA



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

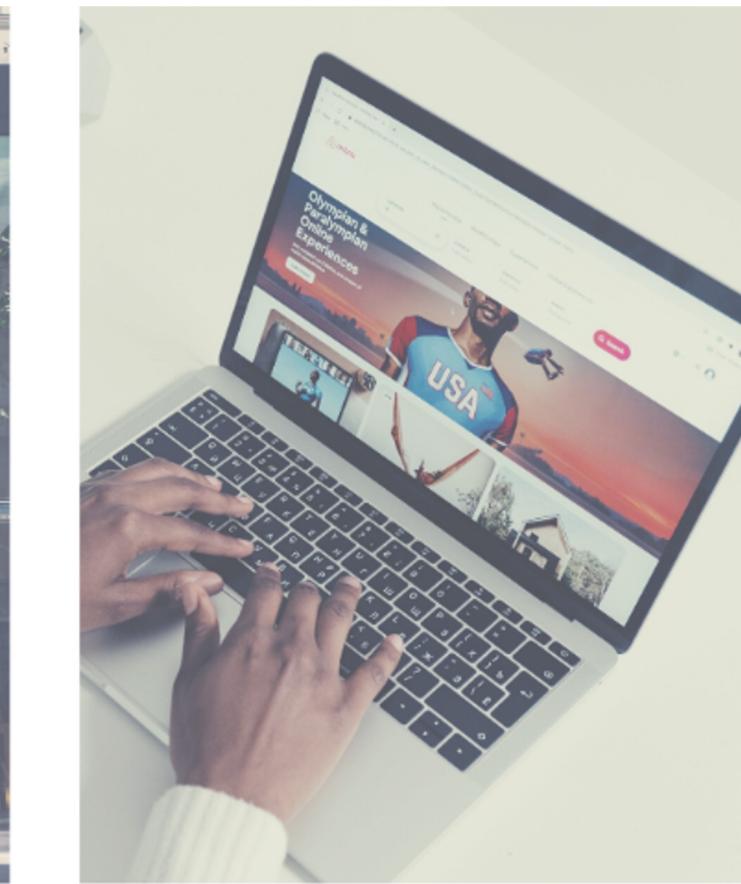
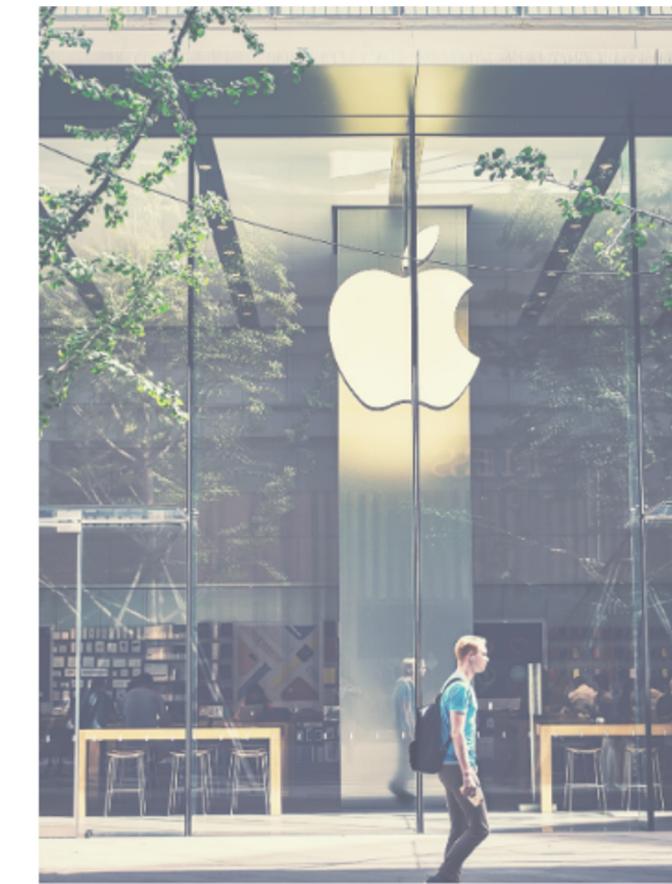
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



AMAZON
SOPORTE EN VIVO

APPLE
CITAS Y COMUNIDAD ONLINE

AIRBNB
ANFITRIONES Y DISPUTAS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

¿CÓMO MEDIMOS LA SATISFACCIÓN?

Medir el éxito de la posventa implica evaluar la satisfacción y lealtad del cliente, así como el impacto en los resultados comerciales.

INDICE DE SATISFACCIÓN CSAT

¿estás contento con el servicio de atención prestado?

TIEMPO DE RESPUESTA Y RESOLUCIÓN

Miden la eficiencia del servicio posventa.

Nº DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Detecta posibles problemas en el producto o servicio.

EVALUACIONES DE LOS CLIENTES

Reseñas, comentarios, testimonios...





Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



ROLE PLAY DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Vamos a realizar una actividad roleplay en el que uno de vosotros será el cliente y otro será el empleado del ecommerce de calzado que está en el departamento de atención al cliente.



Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

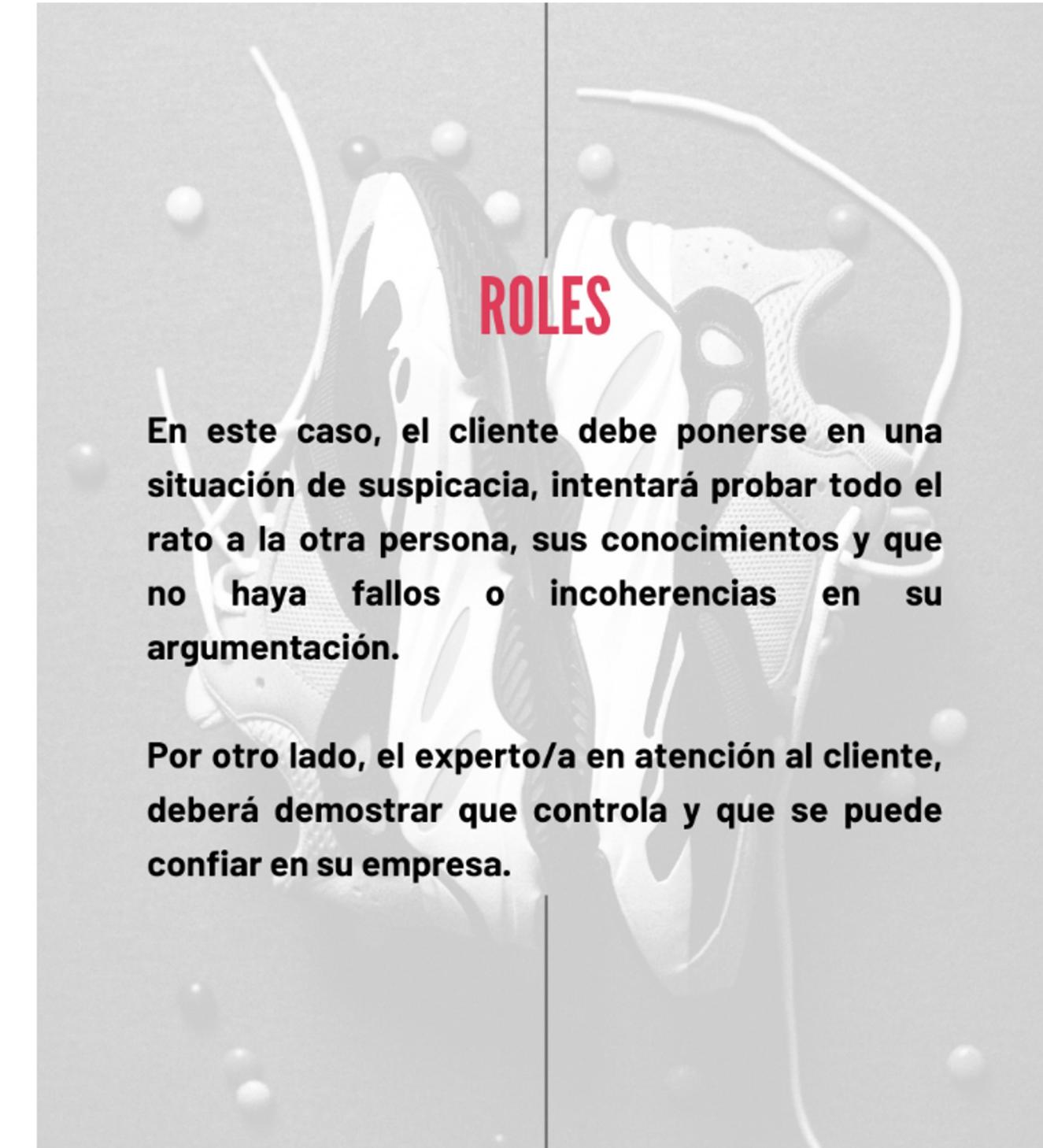
SITUACIÓN 1

Un cliente desconfiado no encuentra la información que está buscando en tu sitio web.

ROLES

En este caso, el cliente debe ponerse en una situación de suspicacia, intentará probar todo el rato a la otra persona, sus conocimientos y que no haya fallos o incoherencias en su argumentación.

Por otro lado, el experto/a en atención al cliente, deberá demostrar que controla y que se puede confiar en su empresa.



Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

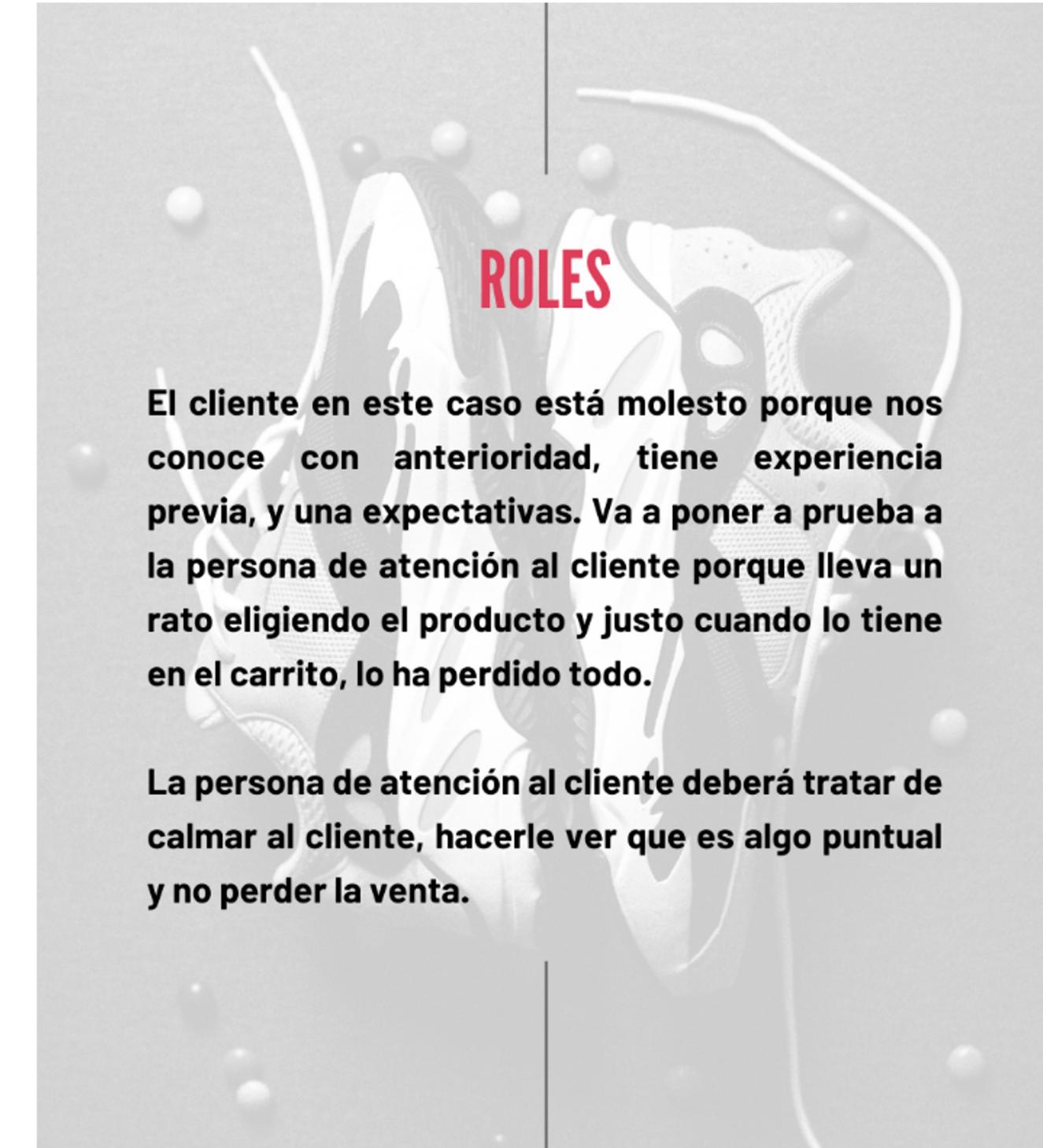
SITUACIÓN 2

Un cliente que ya nos conoce está haciendo una compra y se cae la web.

ROLES

El cliente en este caso está molesto porque nos conoce con anterioridad, tiene experiencia previa, y una expectativas. Va a poner a prueba a la persona de atención al cliente porque lleva un rato eligiendo el producto y justo cuando lo tiene en el carrito, lo ha perdido todo.

La persona de atención al cliente deberá tratar de calmar al cliente, hacerle ver que es algo puntual y no perder la venta.



Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

SITUACIÓN 3

Un cliente enfadado quiere quejarse porque alguien de otro canal le trató mal o tardó en responder, o quizá no le respondió.



El cliente está muy molesto y llama a atención al cliente para quejarse de una situación que se dio con otro compañero.

La persona de atención al cliente debe capear la situación, con inteligencia emocional.

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

SITUACIÓN 4

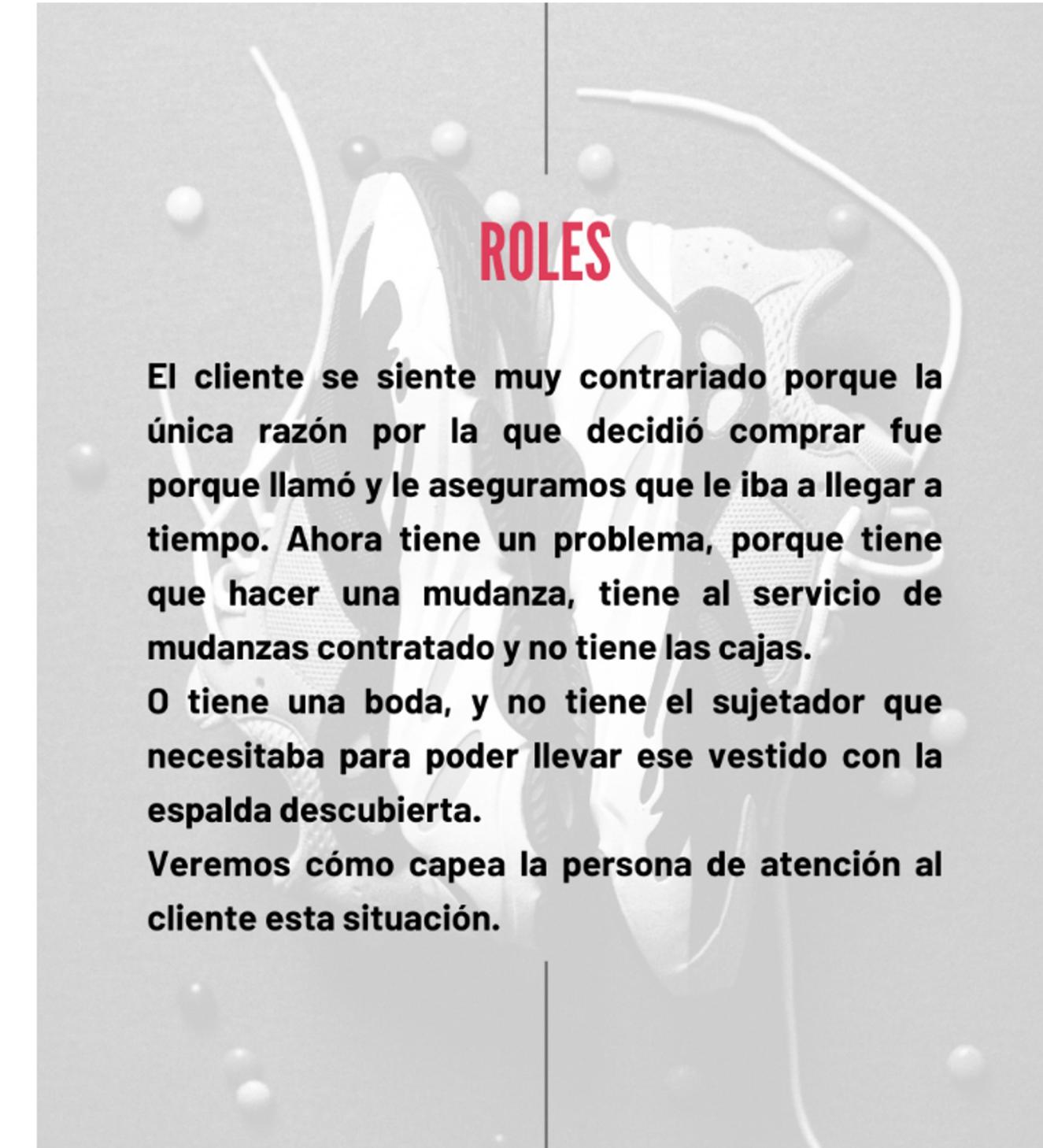
No cumplimos la fecha de entrega de un cliente que nos llamó para verificarla antes de comprar.

ROLES

El cliente se siente muy contrariado porque la única razón por la que decidió comprar fue porque llamó y le aseguramos que le iba a llegar a tiempo. Ahora tiene un problema, porque tiene que hacer una mudanza, tiene al servicio de mudanzas contratado y no tiene las cajas.

O tiene una boda, y no tiene el sujetador que necesitaba para poder llevar ese vestido con la espalda descubierta.

Veremos cómo capea la persona de atención al cliente esta situación.



Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



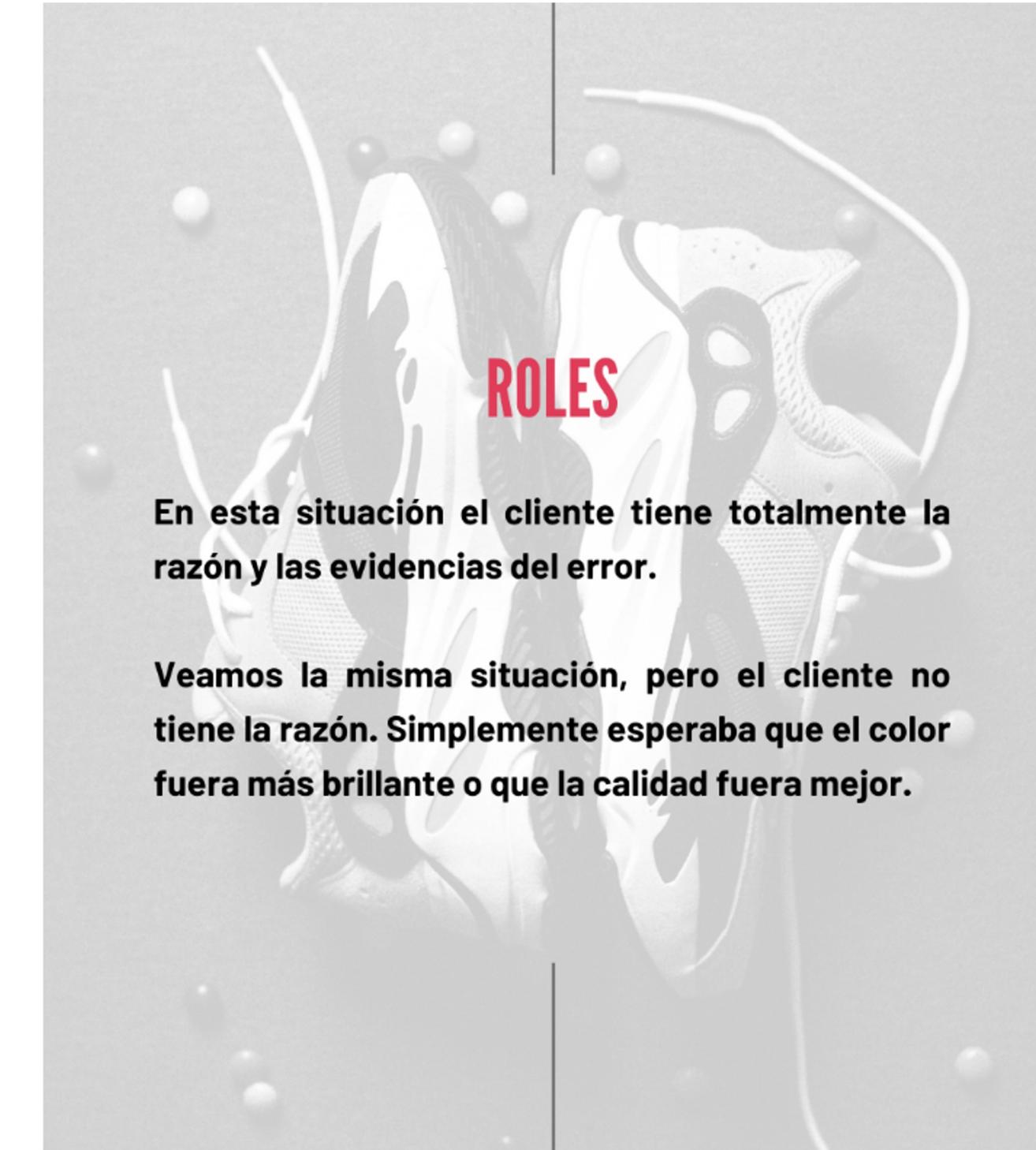
Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

SITUACIÓN 5

El cliente está frente una anomalía en el producto o servicio que adquirió, relacionado con la calidad



En esta situación el cliente tiene totalmente la razón y las evidencias del error.

Veamos la misma situación, pero el cliente no tiene la razón. Simplemente esperaba que el color fuera más brillante o que la calidad fuera mejor.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

LA FIDELIZACIÓN

ESTRATEGIAS Y MEDICIONES

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



FIDELIZACIÓN

La fidelización se refiere a la capacidad de una empresa para generar lealtad y compromiso en sus clientes existentes.

Implica establecer una relación duradera con los clientes, donde se sientan valorados, satisfechos y motivados a seguir comprando y relacionándose con la marca.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



LA FIDELIZACIÓN ES IMPORTANTE:

Retención de clientes

Incremento de ventas

Recomendaciones y Referencias

Valor de vida del cliente (CLV)

Retroalimentación y mejora continua

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIOERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ESTRATEGIAS Y BUENAS PRÁCTICAS PARA FIDELIZAR AL CLIENTE

PROGRAMAS DE LEALTAD

Programas diseñados para recompensar y reconocer a los clientes frecuentes.

PROMOCIONES Y DESCUENTOS

Ofrecer promociones especiales, descuentos exclusivos o incentivos de compra pueden incentivar a los clientes

CONTENIDO PERSONALIZADO

Proporcionar contenido personalizado y relevante a los clientes basado en sus preferencias, historial de compras o comportamiento

ATENCIÓN AL CLIENTE EXCEPCIONAL

Brindar un servicio al cliente excepcional, resolver problemas de manera rápida y eficiente, y mostrar empatía

COMUNICACIÓN CONSTANTE

Mantener una comunicación constante con los clientes a través de diversos canales.

EXPERIENCIA DEL CLIENTE DIFERENCIADA

Ofrecer una experiencia del cliente única y memorable, desde el proceso de compra hasta la entrega del producto o servicio,



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ESTRATEGIAS Y BUENAS PRÁCTICAS PARA FIDELIZAR AL CLIENTE



PromoFarma cuenta con un Programa de fidelidad que tiene como objetivo premiarte con *Health points* por cada compra que realices a través de nuestra página web.

¿Cómo puedo
canjear
mis puntos?

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



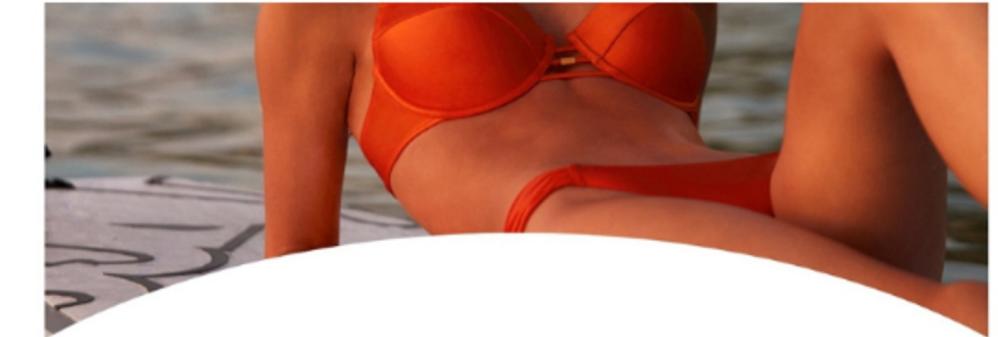
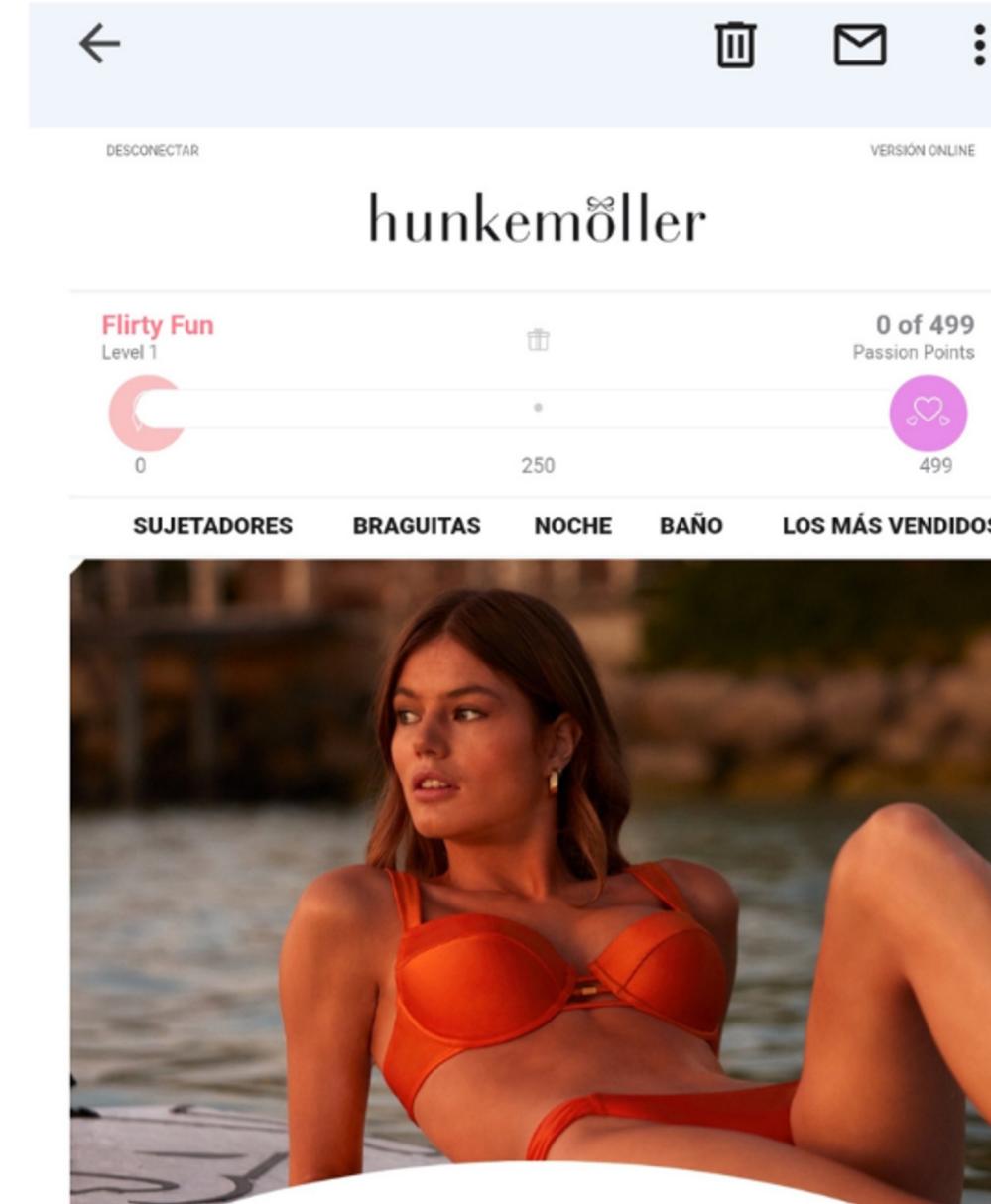
Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



Si analizamos en detalle la newsletter hay muchas cosas que están adaptadas al sector y no se nos ocurre encontrarlas en promofarma,



Fin de semana para Miembros!

Como miembro de Hunkemöller, queremos que sepas que es el fin de semana de los miembros.

HAZ CLIC AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN

¡Buen fin de semana!
Con amor, Hunkemöller

AL CLIENTE
ATENCIÓN | MY
HUNKEMÖLLER | TIENDAS
TIENDA
[Twitter](#) [Pinterest](#) [YouTube](#) [Instagram](#) [Facebook](#)

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

ESTRATEGIAS Y BUENAS PRÁCTICAS PARA FIDELIZAR AL CLIENTE



CONNECTIF

Marketing Automation for eCommerce

La personalización es otra de las estrategias para fidelizar al cliente y esto lo podemos hacer con software como connectif o hubspot.

- Automatizar el marketing creando flujos de mensajes personalizados y campañas en función del comportamiento del cliente.
- Personalizar el contenido de la web con las ofertas que cada usuario desea ver.
- Segmentar la audiencia.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

El marketing de fidelización es el uso de contenido estratégico, específico y relevante orientado a crear interacciones significativas con tus clientes a lo largo del tiempo y de **todas las fases del customer journey**.



CONNECTIF

Marketing Automation for eCommerce

Crear **engagement** con tu público pasa por **mantener conversaciones de valor con cada uno de tus clientes** y no por mostrarles ofertas o descuentos genéricos. Las personas necesitamos que nos escuchen y nos reconozcan entre la multitud, tanto en el mundo online como en el offline.

Esa necesidad, trasladada al sector del eCommerce, se resuelve mediante la **micro-segmentación de audiencias y la hiper-personalización del contenido**.

CONNECTIF

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



RECENCIA

Tiempo desde última compra

ACTIVIDAD

Tiempo desde última visita

INTERESES

Categorías de producto

FACTORES POR LOS QUE SEGMENTAR

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

¿QUÉ PODEMOS COMUNICARLE A UN CLIENTE, EN QUÉ FORMATO Y CON QUÉ MENSAJE PARA CONSEGUIR....?

- 1
Que se registren para recibir comunicaciones comerciales.
- 2
Que compren en nuestra tienda online
- 3
Que vuelvan a comprar por segunda o tercera vez.

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

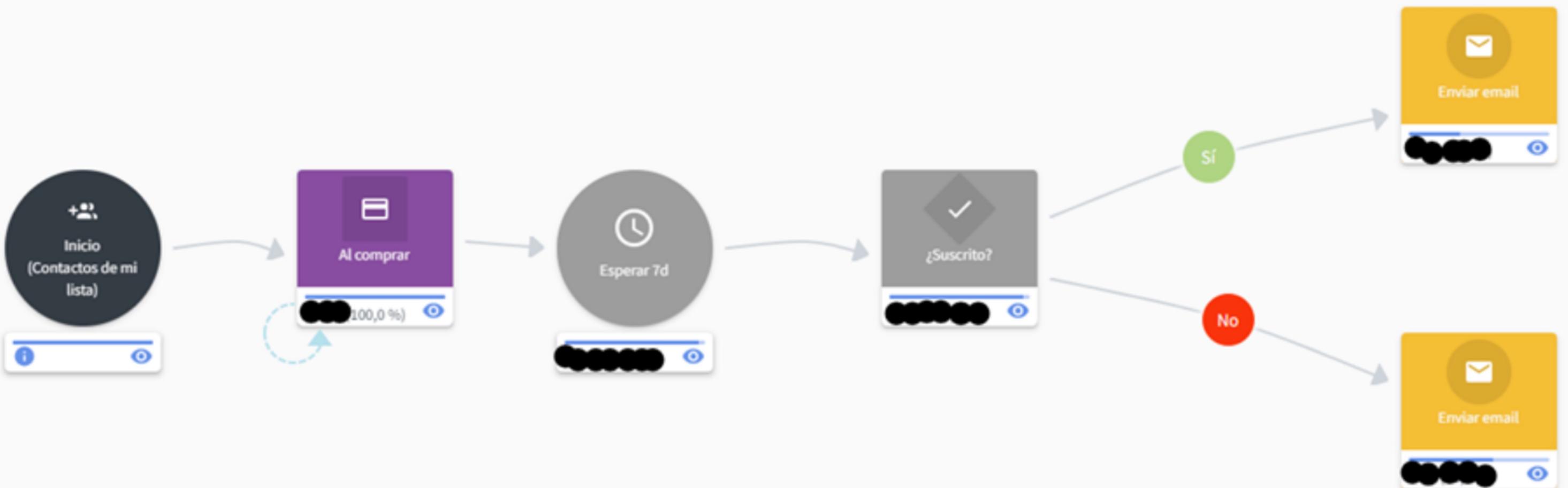
Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

V! Fidelización - Post Purchase [3]

+ Introduce etiquetas



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:
ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

INDICADORES CLAVE DE LA FIDELIZACIÓN

Podemos utilizar varios indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito y medir el impacto de las estrategias de fidelización



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



TASA DE RETENCIÓN

Este KPI mide la proporción de clientes existentes que siguen realizando compras en el ecommerce.

Porcentaje que mide cuántos clientes conserva una empresa al final de un plazo determinado, después de comparar la adquisición de nuevos clientes contra el número de clientes que se perdieron.

Por ejemplo, empiezo el año con 20 clientes, gano 10 más en este mes y pierdo 5. Termino el mes con 25 clientes.

$$[(20-5)/20] * 100 = 75\% \text{ de tasa de retención}$$

Con la colaboración de:



**Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea - Next GenerationEU**



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

VALOR MEDIO DEL PEDIDO REPETIDO

Este KPI calcula el valor promedio de los pedidos realizados por clientes recurrentes. Un aumento en este valor indica que los clientes están comprando más productos o servicios con el tiempo, lo que muestra una mayor fidelización.

Se calcula el **valor medio de los pedidos iniciales**, y se compara con el **valor medio de los pedidos segundos, terceros...**

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



TASA DE RECOMpra

Este KPI mide el porcentaje de clientes que realizan compras repetidas o al menos una segunda compra en un período de tiempo específico.

Es una métrica que indica la proporción de clientes que vuelven a comprar. Una alta tasa de recompra indica una buena fidelización y que los clientes están satisfechos con la experiencia de compra.

Cantidad de clientes que hicieron más de una compra durante un período determinado, dividida por el número total de clientes durante el mismo período.

Por ejemplo, si en este mes he tenido 25 clientes y 10 de ellos me han comprado más de una vez...

$$(10*100)/25 = \textbf{40\% de tasa de recompra}$$

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

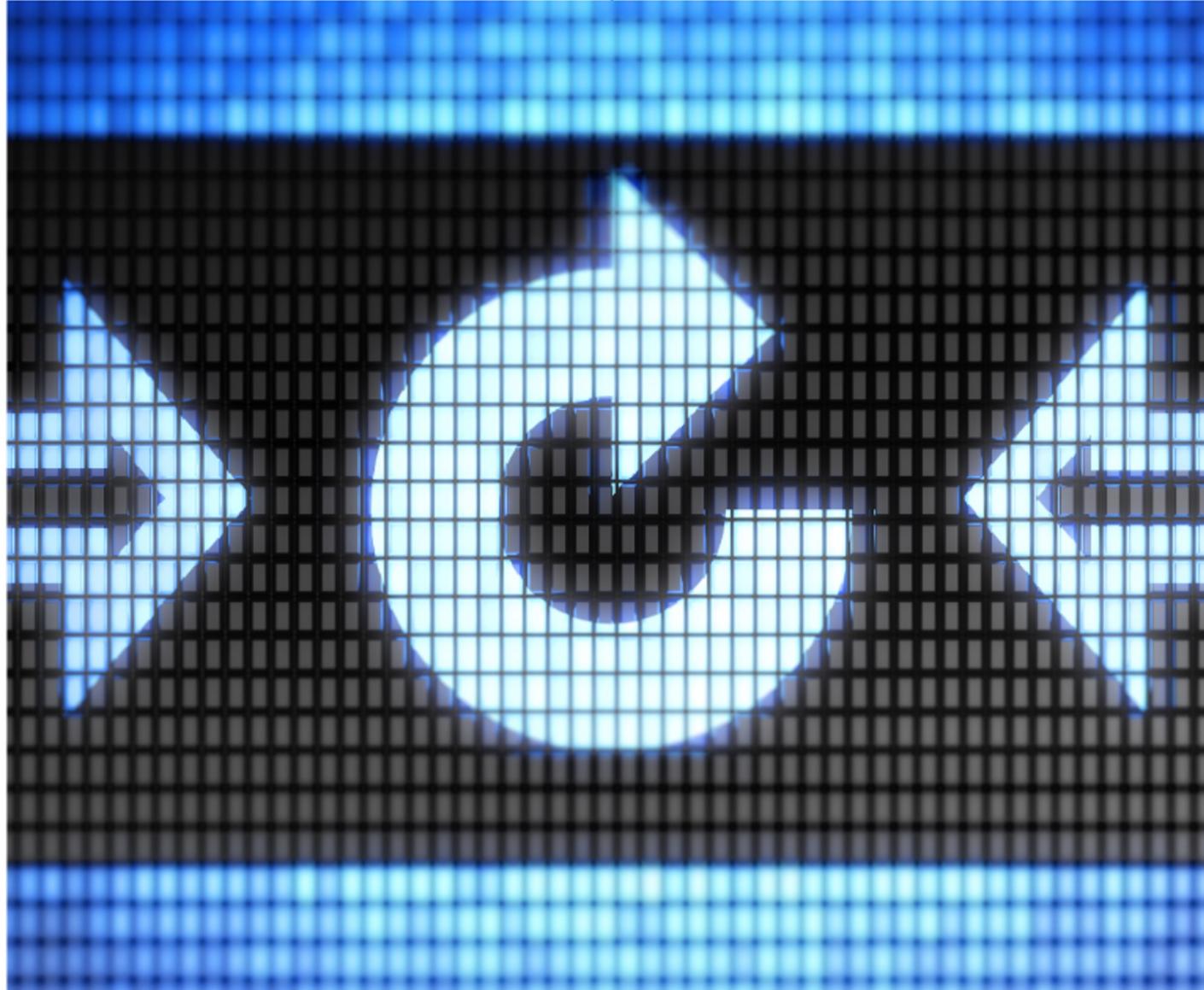
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



LA RECURRENCIA

Evalúa la frecuencia con la que un cliente realiza compras repetidas en un periodo de tiempo determinado.

La recurrencia de compra es una métrica que analiza la lealtad del cliente a largo plazo y su disposición a realizar compras repetidas en el tiempo.
No solo se limita a la segunda compra.

Número de pedidos totales entre el número de clientes.

Por ejemplo, si he tenido 25 clientes y 10 de ellos me han comprado más de una vez (pongamos dos veces cada uno para simplificar), he tenido 35 ventas.
 $35/25 = 1,4$ veces



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



LA RECENCIA

Mide el tiempo medio que transcurre entre una compra y otra compra del mismo cliente.

Responde a la pregunta ¿cuánto tiempo pasa entre compras?

El cálculo de la recencia implica determinar la cantidad de tiempo transcurrido desde la última compra del cliente y clasificarlos en diferentes segmentos, como "activo", "intermedio" o "inactivo".

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

R Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



NÚMERO DE REFERIDOS

Este KPI cuenta la cantidad de clientes que han referido a otros a la tienda en línea.

Un alto número de referidos muestra que los clientes están satisfechos y dispuestos a recomendar la tienda, lo que puede indicar una fidelización exitosa.

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



VALOR DE VIDA DEL CLIENTE (CLV O CUSTOMER LIFETIME VALUE)

Este KPI calcula el valor monetario total que un cliente aporta al negocio durante todo su ciclo de vida como cliente.

Representa los **ingresos totales que se espera obtener de un cliente durante todo su ciclo de vida como cliente, descontando los costes asociados a la adquisición, servicio y retención del cliente.**

Por ejemplo, si el promedio de ventas anuales por cliente es de 1000€ y se estima que el ciclo de vida del cliente es de 5 años, y el coste promedio de adquisición y servicio por cliente durante ese período es de 500€, el CLV sería de 4,500€ ($1000\text{€} \times 5 - 500\text{€}$).

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (CSAT)

Este KPI mide la satisfacción general de los clientes con la experiencia de compra. Se puede realizar a través de encuestas, reseñas o comentarios. Un alto índice de satisfacción indica que los clientes están contentos y más propensos a convertirse en clientes leales.

Se le pregunta al cliente cómo de satisfecho está del 1 al 5 o del 1 al 10. Normalmente se usan estrellas y se van ponderando.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

FEMPA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

ANBAN
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TR Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



NPS (NET PROMOTER SCORE)

Son una métrica utilizada para medir la lealtad y satisfacción de los clientes. Se basa en una pregunta clave: "En una escala del 0 al 10, ¿qué probabilidad hay de que recomiendes nuestra empresa/producto/servicio a un amigo?"

La clasificación de los clientes se divide en tres categorías:
Promotores
Pasivos
Detractores

El Net Promoter Score se calcula restando el porcentaje de detractores al porcentaje de promotores. El resultado puede variar de -100 a +100.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

EJEMPLOS

- Cliente con valor monetario 5, recencia 3 y frecuencia 2(scoring 10)
- Cliente con valor monetario 2, recencia 5 y frecuencia 5(scoring 12)
- Cliente con valor monetario 4, recencia de 5 baja a 3, y frecuencia 4(scoring 11)



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN



**13 ideas para
optimizar tu
lead nurturing
y generar más
leads cualificados
para ventas**

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Con la colaboración de:
 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

EOI Escuela de
organización
industrial

GEN
ERA
CIÓN

DUDAS O PREGUNTAS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia –
Financiado por la Unión Europea – Next GenerationEU

Con la colaboración de:

 **FEMPA**
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

 **ANBAN**
Asociación Nacional
Big Data y Analytics