



BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 33 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)

Desarrollando relaciones con los clientes en los canales físicos



Publicado por:





Secundaria

1.^o y 2.^o grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 33

Desarrollando relaciones con los clientes en los canales físicos

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes en las tiendas físicas (día 4)

Actividad: Aplicamos estrategias para la captación y retención de clientes en las tiendas físicas (día 5)

RECURSOS Y/O MATERIALES A USAR (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno u hojas de papel, si son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia

¿QUE HAREMOS?

Los clientes son la razón del negocio, sin ellos no hay negocio, pero no se necesitan solo algunos, sino un número suficientemente grande para que desde el inicio te puedan permitir obtener ingresos superiores a los egresos.

¿Cómo harás para captar y retener clientes?, en ese marco, realizarás dos actividades, en la primera, comprenderás el proceso de captación y retención de clientes en las tiendas físicas; y en la segunda, aplicarás estrategias para la captación y retención de clientes en las tiendas físicas.

Tienes **40** minutos para realizar cada actividad.

Publicado por:





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes ...)

Actividad

Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes en las tiendas físicas (día 4)

iNos informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Una panadería vendía un pan al que llamaba “pan tigre”. Certo día, una niñita de cuatro años hizo una observación, que para ella el pan no se parecía en nada a un tigre sino más bien a una jirafa, con la ayuda de la mamá envió un mensaje a la panadería. La panadería contestó el mensaje de la niña, en los siguientes términos: *“Efectivamente, viendo bien el pan se parece mucho más a una jirafa que a un tigre, pero se llama “pan tigre” porque el primer panadero que lo hizo, hace mucho tiempo, pensó que se parecía a un tigre; pero, a partir de ahora, hemos decidido cambiar el nombre del pan y ahora se llamará “pan jirafa””.*

A la mamá de la niña le encantó la respuesta de la panadería y lo publicó en su blog. Y esa respuesta se volvió viral, todo el mundo comentaba el nuevo nombre del producto “pan jirafa”. La panadería cambió el nombre, aplicando, el principio que no debemos olvidar “El cliente tiene la razón”, el cambio de nombre para la panadería fue un éxito, y quienes no la conocían, vieron en ella un negocio que está abocado a servir de la mejor manera a las demandas de sus clientes.



bien ... ahora
sigamos leyendo
el texto ... !

Publicado por:





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes ...)

Las y los clientes son la razón del negocio, gracias a ellas y ellos podrás crecer, sin embargo, la etapa más dura es la de captar clientes y, una vez captado el cliente, viene otra tarea que es la de retenerlo y lograr que siempre te compre. Hoy, en el siglo XXI, estas tareas se vuelven más complicadas que antes, porque gracias a Internet, las personas están más informadas de los productos y los precios, y ya no solo tienes que pensar en estrategias clásicas, sino que también debes incorporar estrategias de captación y de retención de clientes utilizando las redes sociales; sin embargo, esa parte la veremos en la guía de la próxima semana.

En esta guía, comprenderás el proceso de **captación** y de **retención** de clientes, dejando para más adelante la etapa de **ampliación**.

Captación de clientes. Es hacer que las personas te compran, para lo cual tienes que comenzar a vender. Lo harás con un mensaje que llame la **atención** y que despierte el **interés** y el **deseo** de los posibles clientes, para que estos, finalmente, pasen a la **acción** de la compra.

A esta técnica se la denomina AIDA por las primeras letras de las cuatro etapas:

Atención

Interés

Deseo

Acción

Atención. Toda cosa que atraiga nuestra curiosidad, ya sea por peligro o beneficio, entra a la etapa de atención. En nuestro caso, esto debe ser algo relevante y relacionado con el producto o servicio que ofrecemos.

Ejemplo: un aficionado a correr maratones ve un cartel que dice: “*Corre como los campeones olímpicos, usa la zapatilla “Correcaminos”*”.



i bien ... sigamos
con la lectura
textual ... !





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes ...)

Interés. El mensaje de la etapa **Atención** ya dejó pensando a nuestro posible cliente, tal vez reflexione, “creo que debo probar esas zapatillas”, por eso, ahora toca describir los beneficios del producto:

- “Te ayuda a mejorar tu marca porque son ligeras”.
- “Evita los impactos en tu rodilla debido al doble acolchado que posee”.
- “Samuel Kamau, ganador del Oro Olímpico en Beijing 2008, usó las zapatillas “Correcaminos””.

Deseo. En este momento el mensaje combinado de la etapa de **Atención** e **Interés** es lo suficientemente potente, o contiene una oferta convincente, que puede llevar a nuestro posible cliente a pensar:

- “¿Por qué no puedo probar estas zapatillas?”.

Y como respuesta, nuestro mensaje, para acrecentar el **deseo**, puede ser:

- “Solo nos quedan 3 pares de su talla, esta puede ser su última oportunidad, no la desaproveche”.

Acción. Esta etapa es el resultado esperado, la acción es la compra que realiza el cliente.

Resumiendo, diríamos, que la publicidad y vitrinas deben conseguir en primer lugar, captar la atención del cliente; después, despertar su interés por el producto; seguidamente, lograr el deseo de adquisición; y, finalmente, provocar la acción de compra.

La retención de clientes. Es hacer que un cliente te compre repetidas veces y a su vez influya en la decisión de compra de sus amistades, para que estas se vuelvan consumidoras o consumidores de tu producto y/o servicio.

Retener a un cliente y lograr su fidelidad es una tarea retadora pero muy conveniente. A veces, nos desesperamos por conseguir más clientes en lugar de mantenerlos y lograr su fidelidad.





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de captación y retención de clientes ...)

Cualquier estrategia de retención de clientes funciona, si primero se cumple con todas las promesas que se hicieron en la captación, y por las que los clientes compraron tu producto.

Luego de la lectura, realiza lo siguiente: elabora un mapa mental de la comprensión de la **captación y retención** de clientes.

1





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Aplicamos estrategias para la capacitación y retención de clientes en las ...)

Actividad

Aplicamos estrategias para la captación y retención de clientes en las tiendas físicas (día 5)

iCreamos!

Luego de la comprensión de los significados de **captación** y **retención** de clientes, en esta segunda actividad, te corresponde aplicar estrategias, para lo cual te describimos algunas que puedes utilizar:

Estrategias de captación

Estás comenzando, utiliza publicidad gratuita, incluye notas de prensa, reseñas de productos, comentarios editoriales, y alguna publicidad barata si es que es posible, como "volantes". Sin embargo, no olvides lo siguiente:

Hoy y cada vez más, los clientes del siglo XXI, casi siempre, comienzan informándose en la web, acerca de precios, marcas, características del producto que quieren adquirir y dónde lo están vendiendo. Así que tus mensajes publicitarios deben estar presentes en los espacios gratuitos de las redes, y no solo en los espacios publicitarios tradicionales.

**i bien ... sigamos
elaborando los
planes de acción ... !**





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Aplicamos estrategias para la capacitación y retención de clientes en las ...)

Estrategias de retención

¿Hay algo mejor que obtener un cliente nuevo? Sí, algo mejor que un cliente nuevo es retener a un cliente antiguo. Si bien captar clientes nuevos tiene su atractivo, retener clientes existentes cuesta mucho menos dinero.

Entre los programas de fidelización puedes emplear los siguientes:

- **Llamadas telefónicas de seguimiento a clientes.** Llama a cada cliente para darles las gracias por su compra y conocer su opinión sobre el producto.
- **Poner en marcha una encuesta de satisfacción de clientes.** Busca quejas y habla con todo aquel que exprese descontento con el producto que ha adquirido.
- **Hacer un seguimiento de los problemas que se reciban en servicio al cliente.** Los clientes que se quejan con frecuencia tienen más probabilidad de abandonarte, por tanto, resuelve sus problemas; de esta forma se irán muchos menos de los que se quejan.

Las estrategias de retención deben realizar un seguimiento habitual del comportamiento de los clientes para saber quién continúa y quién se va, y por qué.

Luego de la lectura, realiza lo siguiente: elabora un mapa conceptual de las estrategias de **captación y retención** de clientes.

Ahora, define qué estrategias vas a utilizar en tu Proyecto de emprendimiento de acuerdo a tu contexto y aplícalo en cuanto puedas.

**i bien ... sigamos
elaborando las
estrategias ... !**





Secundaria

APRENDO
en casa

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Aplicamos estrategias para la capacitación y retención de clientes en las ...)

Ahora, define qué estrategias vas a utilizar en tu Proyecto de emprendimiento de acuerdo a tu contexto y aplícalo en cuanto puedas.

2

Publicado por:





Secundaria

APRENDO
en casa

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Aplicamos estrategias para la capacitación y retención de clientes en las ...)

¡Reflexiona!

¿Crees que lo aprendido hoy, te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

3

Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Aplicamos estrategias para la capacitación y retención de clientes en las ...)

¡Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía!

- El cliente es la razón del negocio, gracias a tus clientes podrás tener un buen comienzo que luego te permitirá crecer.
- En el desarrollo de las relaciones con el cliente, existen tres procesos: el de captación, retención de clientes y ampliación.
- La captación de clientes es hacer que las personas te compren, para esto, tienes que comenzar con un mensaje que llame la atención; para luego despertar el interés y el deseo y, finalmente, pasar a la acción de la compra. Cada una de estas son las etapas de la captación de clientes. A esta técnica se la denomina “AIDA” por las primeras letras de las cuatro etapas.
- La retención de clientes es hacer que un cliente te compre repetidas veces y a su vez influya en la decisión de compra de sus amistades, para que se vuelvan clientes de tu producto y/o servicio.

¡Recuerda!

Siempre sé creativa/o y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Asimismo, comparte tu producción final con tu familia. ¡No te olvides de guardarla en el portafolio!

