



## Guía navideña

Transforma una compra esporádica en **clientes** para siempre.

# Índice

- Introducción
  - ¿Por qué para muchas empresas es un desafío retener a los clientes esporádicos una vez pasada la época de navidad?
  - 5 pasos imperdibles para una buena experiencia de compra
    - 1. Atención rápida
    - 2. Experiencias personalizadas
    - 3. Atención de primera
    - 4. Fácil y rápido
    - 5. Comunicación omnicanal
      - ¿Cómo es posible deleitar a los clientes en cada etapa?
      - Antes de temporada
      - Durante Navidad
      - Después del mar de festividades de fin de año
      - Genera fidelidad más allá de la temporada alta

No te pierdas los **tips imperdibles** especialmente diseñados para ti y para que los clientes de esta temporada se enamoren de tu marca y se conviertan en fieles seguidores y compradores, incluso después de este fin de año.

Son millones las transacciones de esta temporada tan especial, así que debes ser estratégico e ir un paso más allá si deseas convertir los compradores casuales en clientes fieles, incluso después de **Navidad**.

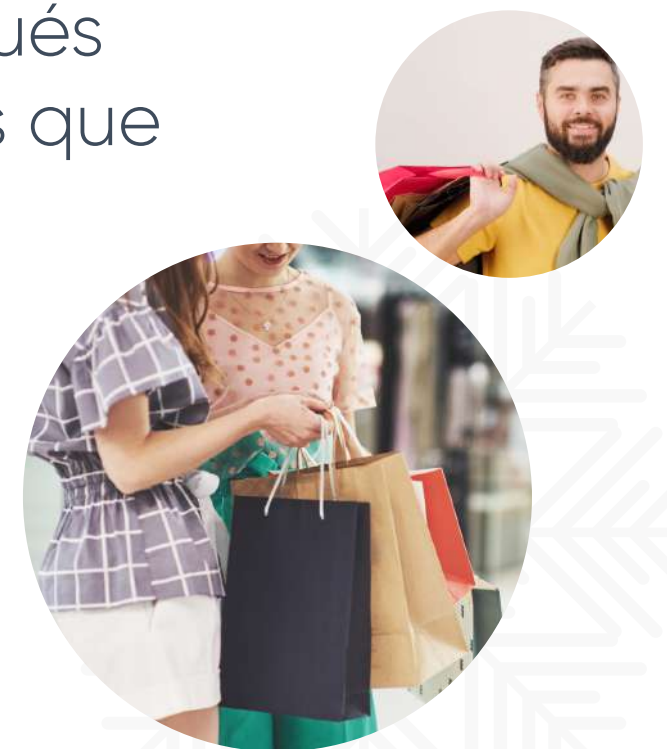
Es importante que tengas en cuenta que aumentar en un **5%** la retención de tus clientes puede generar hasta un **25%** más de ingresos, así que una vez hayas logrado atraer su atención, debes enamorarlos durante todos los momentos de la experiencia de compra.



# ¿Por qué para muchas empresas es un desafío retener a los clientes esporádicos una vez pasada la época de **navidad**?

Pensar a corto plazo es una de las principales razones por las que la retención, después de esta temporada, resulta tan difícil pero lo cierto es que es una gran **oportunidad** para generar relaciones con nuestros clientes a largo plazo.

Saber captar y enamorar a los consumidores, antes, durante y después de navidad, es la clave para que sean duraderos. Sigue los consejos que tenemos a continuación y adáptalos a tu marca, tendrás la clave secreta para **fidelizarlos** para siempre.







73%

De los consumidores afirman que la experiencia es un **factor importante** en sus decisiones de compra.

Fuente: PwC

---

Es necesario enfocarse en entregar buenas experiencias y demostrar que tu empresa es diferente de las demás y que en definitiva, se interesa por las preferencias de cada comprador. Ya verás como, después de darle a tus clientes lo que esperan de tu marca, no será difícil que te prefieran sobre la competencia. El servicio, la comunicación y la personalización son indispensables para lograrlo.

Según estimaciones, es **60%** más probable que un usuario que recibió un buen trato durante la primera experiencia, vuelva a comprar.

# 5 pasos



imperdibles para una buena experiencia de **compra**.

Atraer a tus clientes de la forma correcta será la clave para posicionar tu marca en su **Top of mind**, incluso después de Navidad. Ser recordado es el primer paso, ahora debes crear el efecto wow. No te preocupes, estamos aquí para ayudarte. Gracias a la variedad de **canales digitales**, puedes dirigirte a tus compradores por el medio ideal sin importar la edad o preferencias de contacto.

Sin embargo, **fidelizar y retener** exige mucho más que solo comunicarte efectivamente con ellos. Debes entender las características de cada cliente. Apóyate en alimentar tus bases de datos, usarlas de la mejor manera y canalizar las campañas para ofrecerles ofertas, productos e información a la medida. Si es relevante, seguro se quedarán.



# Entiende a tu **audiencia** y garantizarás su **fidelidad**

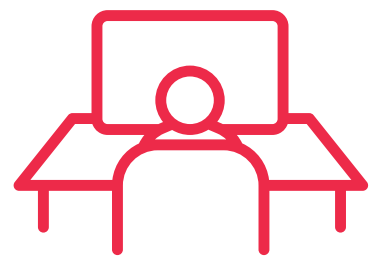
A continuación, te contaremos cuáles son los cinco consejos para una experiencia de usuario excepcional y cómo puede apoyar tu estrategia de retención pasadas las fiestas decembrinas.



# 1. Atención rápida

El **71%** de los consumidores que obtienen respuestas inmediatas a sus inquietudes están dispuestas a recomendar a una marca a otras personas\*. Sin embargo, los consumidores están dispuestos a esperar un determinado tiempo promedio según el canal.

## Tiempo de espera



1 hora

Correo electrónico



15 minutos

Redes sociales



1 minuto

Aplicaciones de chat



Los clientes de hoy no tienen tiempo que perder. Si no estás listo para dar información o soporte a tus consumidores en tiempo real, podrías correr el riesgo de perderlos.

## Garantiza máxima agilidad y **eficiencia.**

Y ¿Qué mejor manera de resolver las preguntas frecuentes de tus clientes que integrando a tu estrategia un chatbot? Responde consultas en cuestión de segundos y de forma automatizada.

# Ok ¿pero, cómo hacerlo?

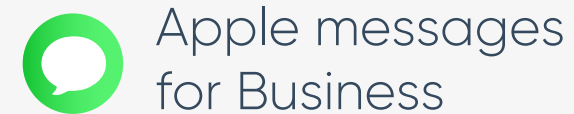
Apóyate en la **mensajería conversacional**. Hoy tienes muchas opciones:



WhatsApp



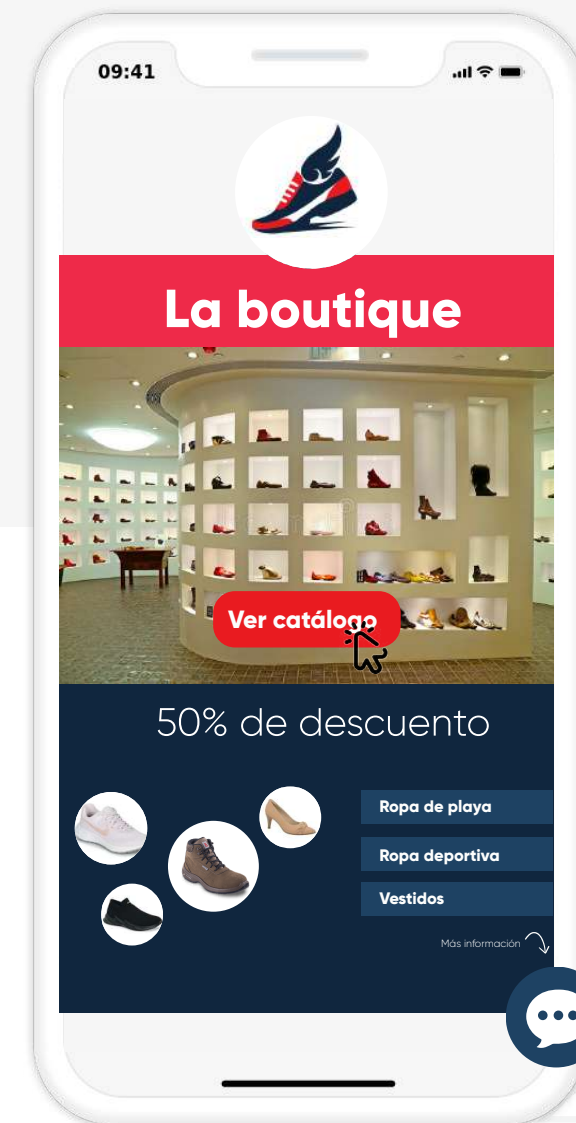
RCS



Apple messages  
for Business



Live Chat

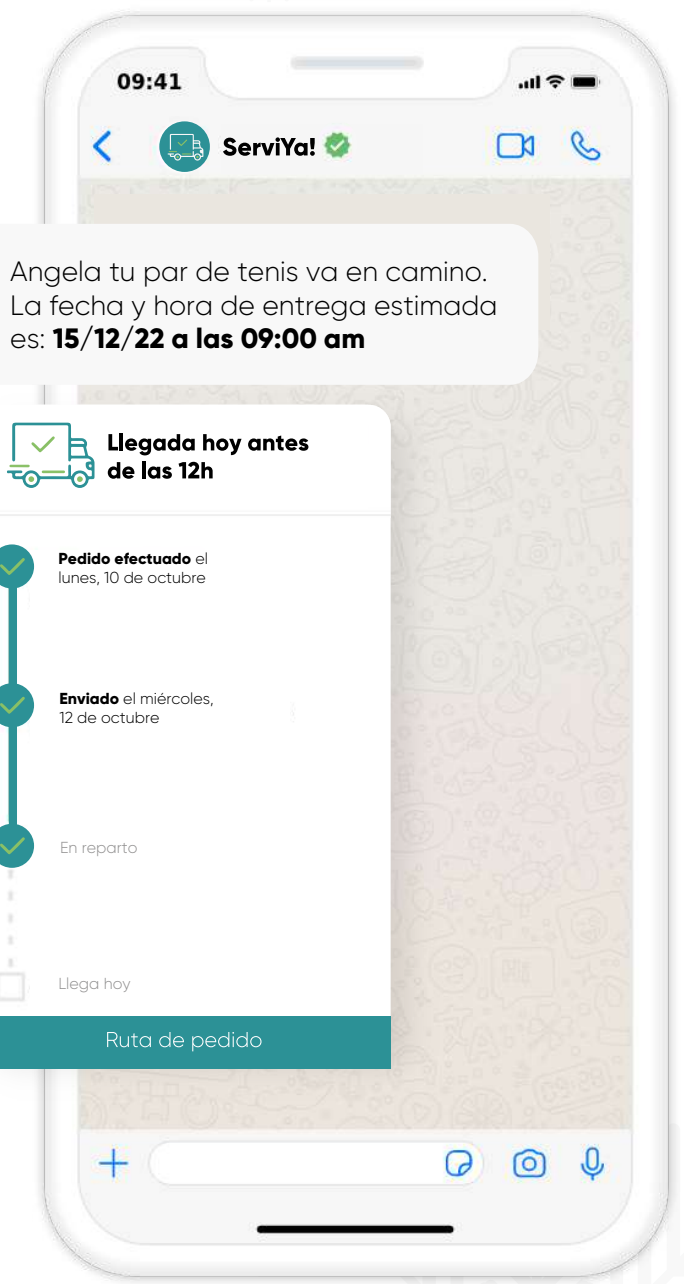
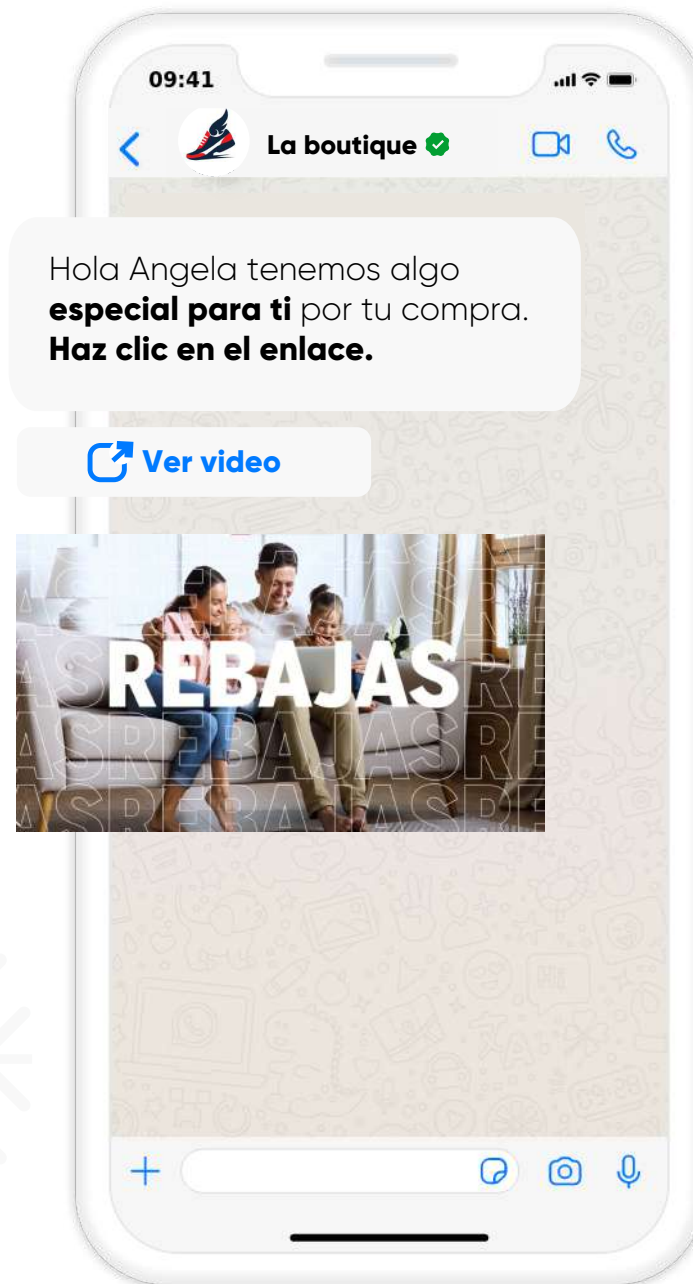




## 2. Experiencias personalizadas

Ofrece algo más. La experiencia que un cliente tiene con una marca es igual de importante que sus productos o servicios.

El sentimiento durante la compra o los momentos **post-venta son cruciales**. No se trata únicamente de lo que ofreces, sino de la agilidad, la velocidad de entrega y la facilidad de comunicarse con la marca, todo esto es parte de su experiencia.



No olvides, mantener informado a tus compradores acerca de la entrega de sus pedidos, compartir contenido de valor y consejos relacionados con los productos adquiridos.

---

## 3. Atención de primera

El **89%** de los clientes afirman estar dispuestos a cambiarse de marca por una que ofrezca un mejor servicio.

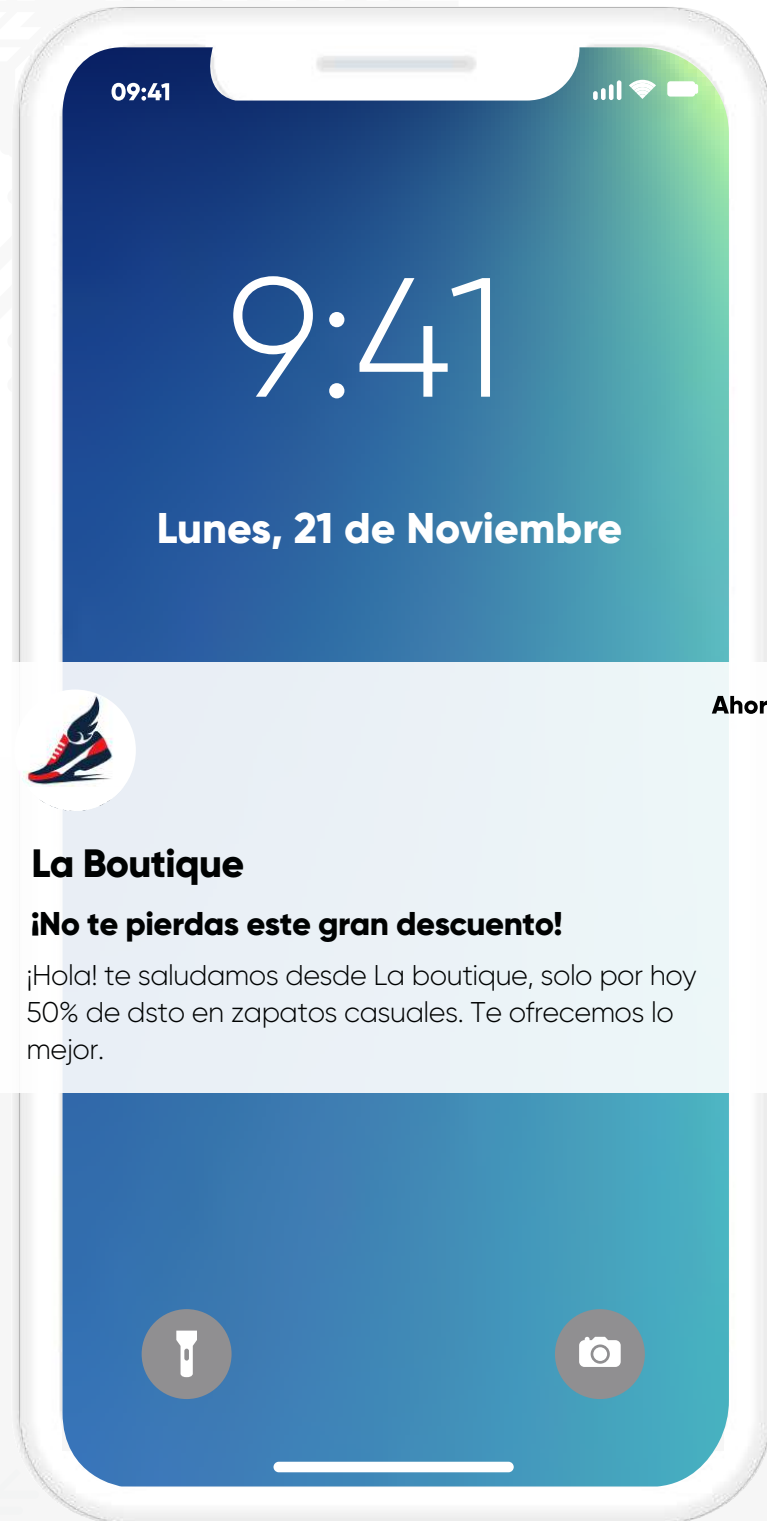
El significado de un buen servicio ha cambiado, antes se limitaba a ser cordial con la atención, responder de forma adecuada y brindar servicio post-venta. Pero hoy en día es otra cosa. El concepto se basa en estar disponible 24/7 y por los canales donde se encuentra tu audiencia.

No solo uno ni dos canales de atención, **¡Todos los que te sean posibles!** Más atención, mayor probabilidades de ventas. No olvides que la comunicación siempre tiene que estar conectada.





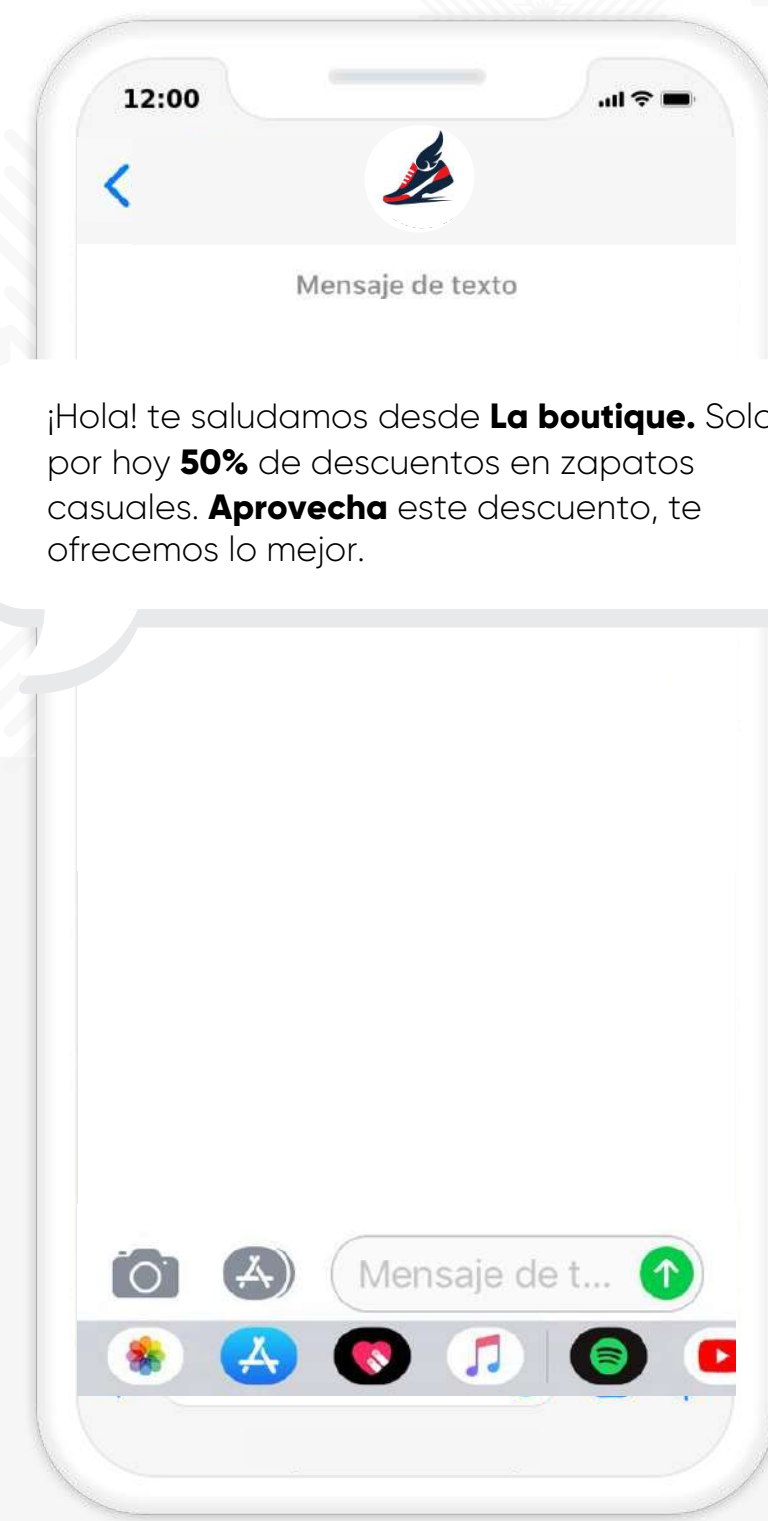
Notificaciones Push



WhatsApp



SMS

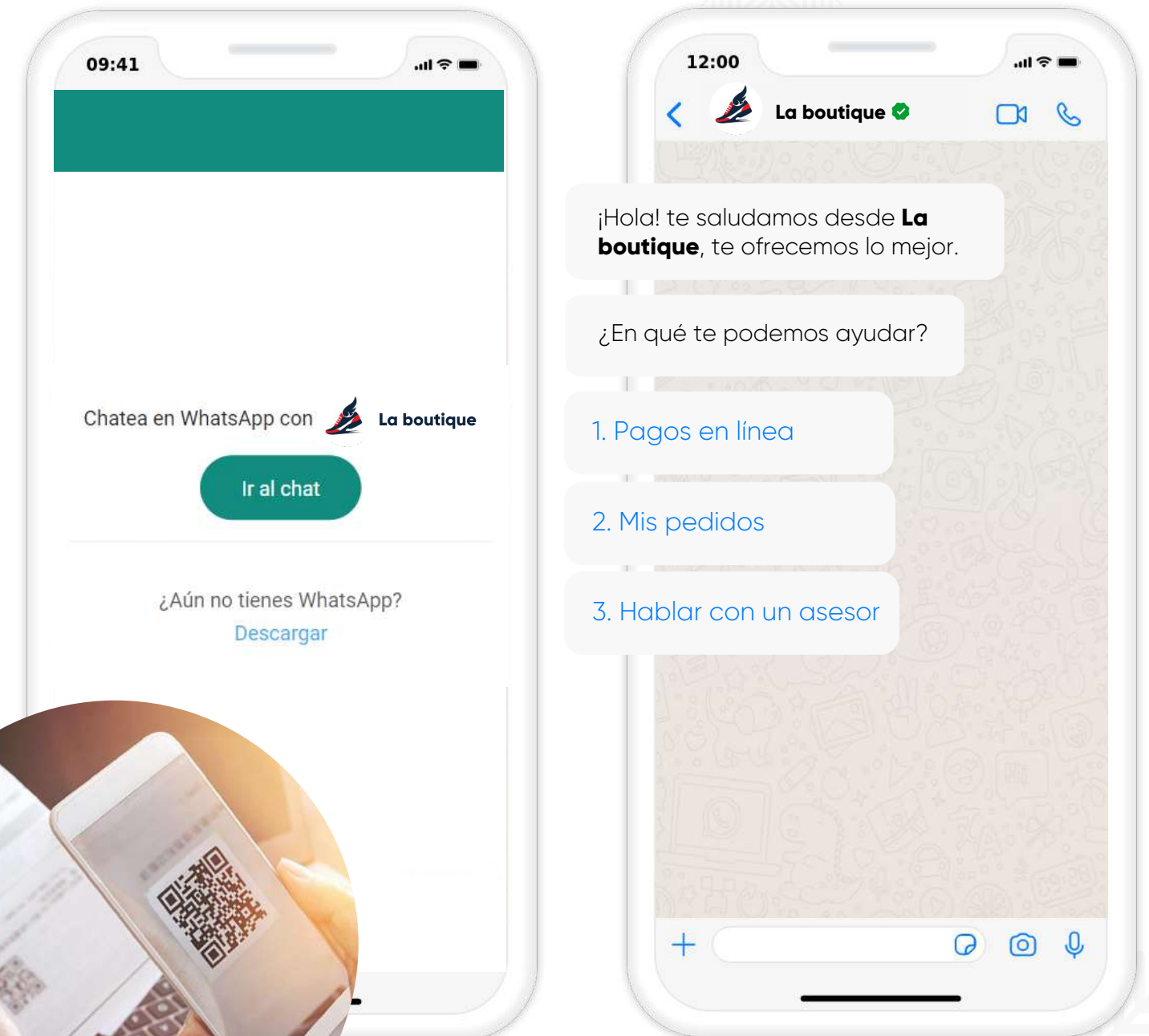


# 4. Fácil y rápido



Un proceso de compra intuitivo y fácil es cada vez más importante dentro de la experiencia del cliente. El **18%** de los compradores abandonan sus compras en el último momento debido a procesos de pago demasiado largos o complejos.\*\*

De igual forma ocurre con tu **e-commerce** y el proceso de registro o pasos para el pago. Si es demasiado largo y tiene muchos pasos, el usuario lo verá con fricción y lo más probable es que abandone y busque otra opción.



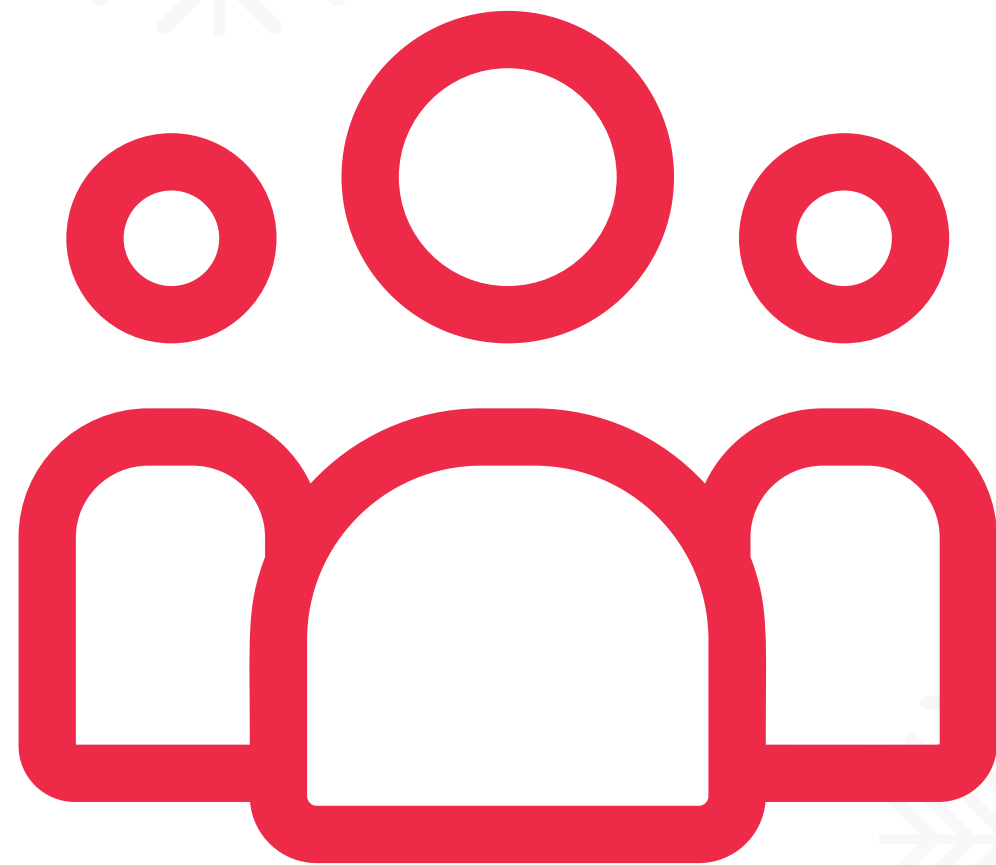
# 5. Comunicación omnicanal

El **66%** de los clientes usará 3 o más canales antes de completar una compra. Esto quiere decir que de nada sirve que uno de tus canales ofrezca un servicio y una experiencia excepcional si los demás canales no están a la altura.



Una de las mejores formas de garantizar comunicaciones satisfactorias es apoyándote en plataformas de mensajería que permitan la integración de diversos


canales y te ofrezcan reportes o información del resultado de tus campañas. Con el análisis de esos datos sabrán perfilar a la perfección futuras comunicaciones.



De esta forma, podrás tener certeza de que tu cliente no recibirá el mismo mensaje varias veces a través de diferentes canales, ni necesitará repetir algo que ya ha dicho en otro canal a otro agente.

Por supuesto, cumplir con todas estas expectativas de los consumidores puede resultar complicado. Es justo aquí en donde las tecnologías (especialmente aquellas relacionadas con el uso de la inteligencia artificial y de las automatizaciones) pueden hacer que el proceso sea más eficiente y permitirte satisfacer a los clientes de manera sostenible y escalable.





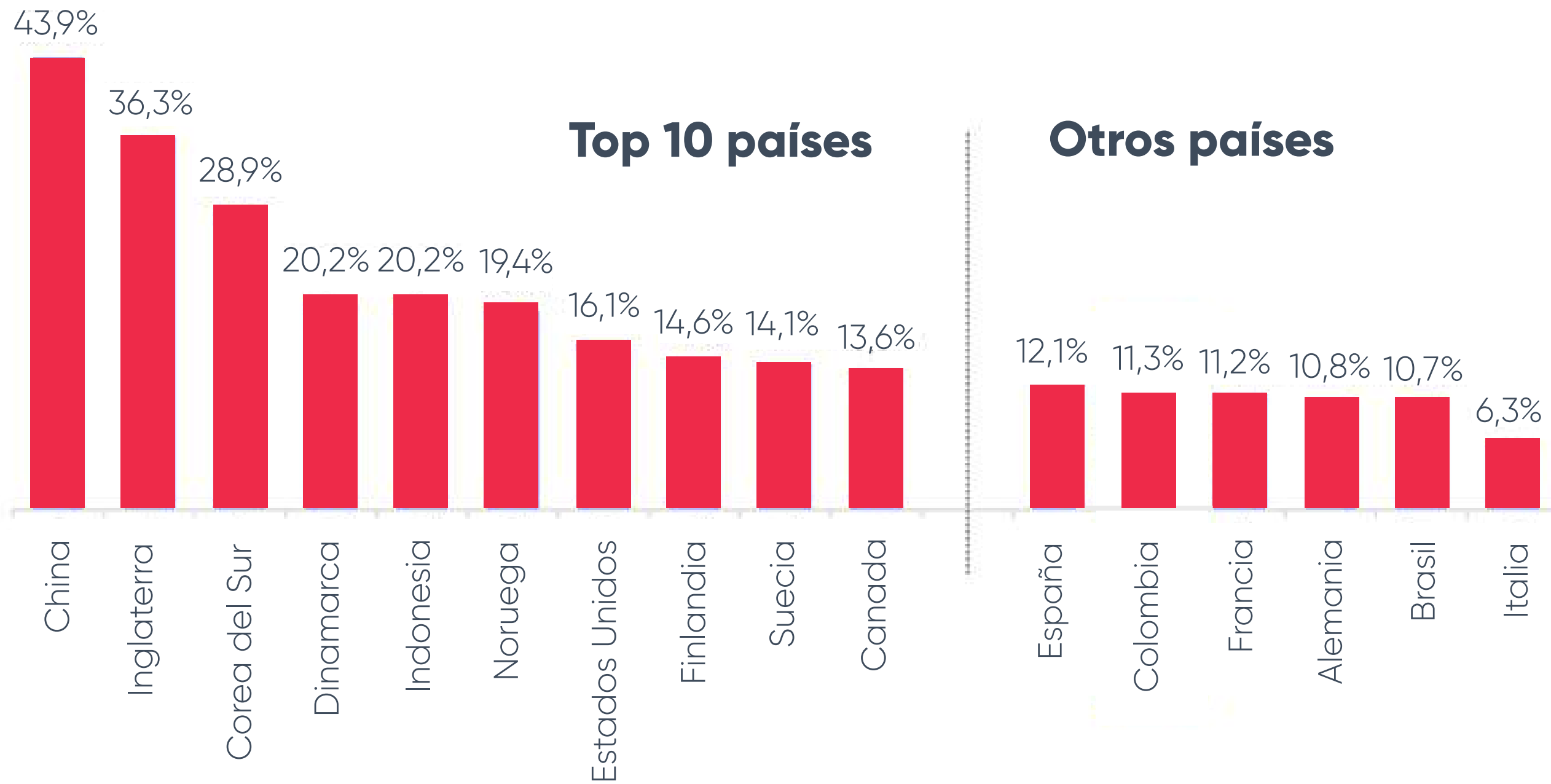
“Los consumidores digitales continúan reconociendo los **beneficios** de entrega a domicilio, evitar traslados a las tiendas físicas y tener acceso a inventarios exclusivos del **canal digital.**”

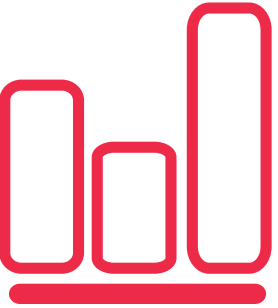
*Fuente: AMVO, Estudio de Venta Online 2022.*





# Ecommerce **VS** Ventas totales



¿Cómo es posible  
deleitar a los   
**clientes** en cada  
etapa?



# Antes de temporada

Crea campañas de expectativa para tus clientes actuales. Diseña descuentos especiales para quienes ya están en tu base de datos, esta será una estrategia para premiar su fidelidad.

**Atrae también a nuevos usuarios:** crea incentivos para aumentar el registro de contactos. Ofrece a cambio material descargable, demos, paquetes de productos o ¡lo que se te venga en mente!

Habilita todos los canales posibles y utilízalos, no solo para interactuar con tus clientes, si no para informar de todo lo que traes para esta temporada.

# Durante temporada

**Brinda respuestas rápidas:** asegúrate de poder responder a las consultas de tus clientes las 24 horas del día, los 7 días de la semana, de manera rápida y eficiente.

**Simplifica las consultas de los clientes:** combina la experiencia de tus agentes humanos con la automatización de los chatbots para minimizar los tiempos de respuesta, mejorar el servicio y atender a cada cliente de forma personalizada basado en sus preferencias.

La mezcla entre lo **digital** y el mundo **físico** debe mantener el balance perfecto. Ambos, las tiendas físicas y los canales digitales, juegan un papel importante dentro del recorrido del cliente y son esenciales para ofrecer una buena experiencia. Así podrás determinar en cuál de los dos tus compradores se mueven mejor.





Compra Online



Recoge en tienda

Configurar notificaciones push te ayudará a enviar recordatorios, por ejemplo, en el momento en que un usuario ha dejado un carrito de compras abandonado o un formulario de datos de registro a medio hacer. Asegúrate de que tu mensaje sea amigable y divertido para así captar la atención del cliente y hacerlo retornar a su compra o dirigirlo a **terminar la acción**.



# Después del mar de festividades de fin de año

## Realiza acciones postventa

---

No te limites al momento de la venta únicamente. Brinda soporte continuo (24/7): garantiza que el despacho de los productos terminó de manera exitosa o mantente atento por si tus clientes necesitan información adicional.



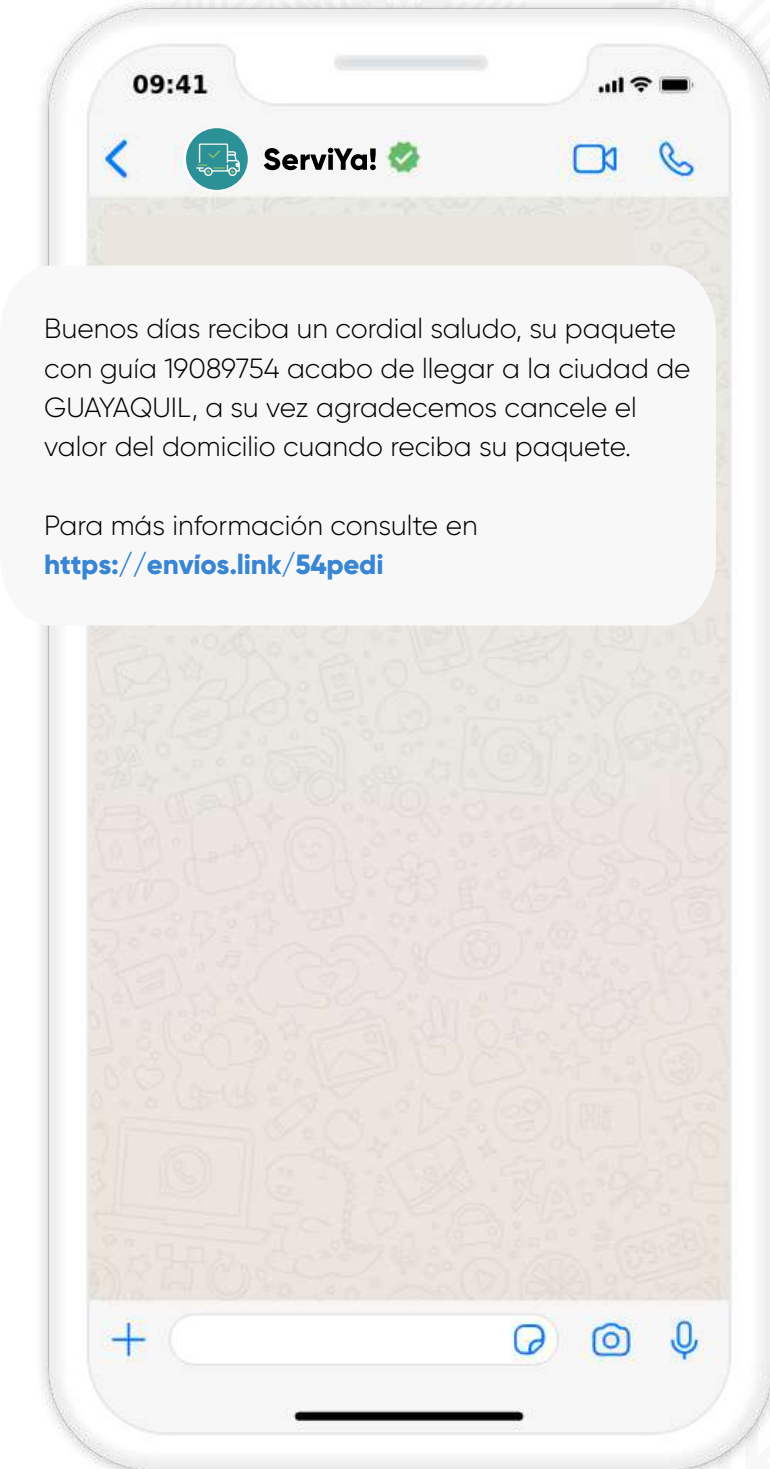
Envía notificaciones oportunas informándoles acerca del estado de sus pedidos. Ten en cuenta que este es uno de los momentos de mayor ansiedad para los usuarios, especialmente cuando se trata de su primera compra y temen ser víctimas de fraude o que sus productos no lleguen a sus manos.



SMS



WhatsApp





**Realiza encuestas de satisfacción:** evalúa la opinión de tus usuarios e indaga acerca de la experiencia. Procura cambiar o ajustar aquello que generó algún tipo de fricción durante el recorrido de compra.





# Genera fidelidad más allá de la temporada alta

Crea programas de fidelización donde el cliente pueda acumular puntos para canjear por productos, tener acceso anticipado a servicios exclusivos o descuentos personalizados será la mejor forma de garantizar lealtad.

Sigue en contacto con tus **clientes** enviándoles mensajes con contenido personalizado y que se ajuste a la

etapa del *funnel* en que se encuentren.

¡Así es, es mucho lo que hay por hacer si quieres retener a los compradores de la temporada navideña! Lo bueno es que la oportunidad es incalculable en comparación con todos los beneficios que te puede traer. **Construye** relaciones a largo plazo y ve más allá de esta hermosa época de fiestas.



En **Aldeamo**, contamos con soluciones diseñadas para cada momento del recorrido de compra de tus clientes. ¡Queremos ayudarte a lograr tus metas en este cierre de año y en todo el camino que está por venir!

**Contacta a nuestros expertos y conoce todo lo que tenemos para ti.**



*\*Fuente: Forbes: Por qué las empresas deberían escuchar a los clientes en las redes sociales*

*\*\* 48 Cart Abandonment Rate Statistics 2022*

*\*\*\* Microsoft's 'Global State of Customer Service' Report: By Ledgeviewpartners*