

## 8 Ideas Simples para Repetir Ventas

Por Miguel Ángel de Alzáa

Aunque conseguir nuevos clientes es 5-7 veces más caro que venderles más a los clientes actuales, la repetición es una estrategia frecuentemente descuidada.

Si vendes buenos productos o provees buenos servicios, la gente que ya te ha comprado ha quedado satisfecha y te conoce, entonces estará más predispuesta a repetir sus negocios contigo. Ciertamente, para poder aplicar alguna táctica de repetición, debes comenzar por capturar los datos de tus clientes la primera vez que pisan tu negocio.

¿Qué hacer para generar y potenciar la repetición?

### 8 Ideas Simples para Repetir Ventas

=====

1. Captura los datos de tus clientes (Sin esta información no puedes contactarlos en el futuro para hacerlos volver.)

Nombre & email son los datos más importantes. Algunos no quieren dar su email, invítalos a llenar un formulario para participar en un sorteo y diles que a los ganadores se les informará vía email.

Ve cargando la información en una planilla Excel y pronto tendrás una interesante base de datos sobre la cual realizar acciones promocionales. Es mejor comenzar pidiendo unos pocos datos. Con el tiempo y la confianza puedes solicitar más.

2. Llámalos por teléfono. No esperes a que vuelvan. Por el contrario, llámalos para darles una razón por la que volver.

-Sra. Pérez? Habla Cecilia, de Tito's ...

- \* Le llamaba para saludarle, le estamos extrañando...
- \* quería contarle que hemos agregado el servicio de manicura...
- \* sabía que hemos ampliado nuestro salón?...
- \* quería comentarle que ahora usted puede solicitar turno por teléfono, qué le parece mañana...
- \* quería contarle que recibimos el champú CleanHead... .

3. Envíales tarjetas. Siempre deben contener el nombre del cliente. Y si puedes enviar diseños adaptados a la edad, todavía mejor. El secreto es: PERSONALIZACIÓN, hacer que cada uno se sienta único! (y claro, siempre incluir alguna promo).

- \* Tarjeta de cumpleaños.
- \* Tarjeta de aniversario de ingreso como cliente.
- \* Tarjeta de fin de año.

- \* Tarjeta postal: para clientes especiales, una postal desde tu lugar de vacaciones.
- \* Tarjeta de "Hola, estamos aquí para servirle"

4. Envíales emails promocionales: diseña campañas de promoción con ofertas y condiciones especiales (promos estacionales, fechas especiales, etc) y hazlas conocer. Detecta cuáles son las temporadas altas y bajas para tus productos y actúa en consecuencia, no esperes a último momento, diles que si compran entre tal y tal fecha u hora recibirán un X extra o un descuento de X%.

5. Contáctalos vía un autoresponder inteligente. Si hay pasos de tu embudo de marketing que pueden ser automatizados, por ejemplo el ofrecimiento de vestimenta especial para los que compran bicicletas (cascos, rodilleras, pantaloncitos, t-shirts, zapatillas, botellas de agua, riñoneras, etc.), puedes incluir cada producto en un mensaje de email y poner en marcha un autoresponder que enviará las ofertas a intervalos previamente estipulados.

6. Envíales un boletín electrónico. Los envíos promocionales pueden ser reemplazados por un boletín electrónico que incluya contenido útil (información relativa a tu temática y que solucione problemas a tus clientes), salpicado con novedades y ofertas de productos y servicios.

7. Asócialos a tu Club de Clientes. Las condiciones para el ingreso pueden un consumo superior a determinado monto, una frecuencia de uso o compra, o ninguna en especial. Los beneficios serán ofertas especiales, descuentos en servicios, un boletín con informaciones útiles, relacionadas o no con tus productos o servicios.

8. Ofréceles descuentos por compra anticipada para su propio uso y/o cupones de regalo para obsequiar a sus amigos.

Cada vez que contactes a los clientes, preséntales una oferta. Todas las promociones tienen que tener fecha u hora de terminación para estimular a la gente a comprar ya (o en tal fecha u hora). Hazles presentar el email o la tarjeta o el cupón para acceder a las promociones, así puedes llevar un control de qué cosas funcionan y cuáles no sirven para nada.

Y siempre "sobre-entrega" --> entrega más que lo esperado por la gente. Una atención extra, un paso más en el servicio, algo gratis y ya no tendrás gente simplemente satisfecha, sino fanáticos de tu negocio.