

construyendo la estrategia de relación con el cliente

eduardo duron araujo

agitador profesional de la conciencia
empresarial

marzo de 2007.

esta conferencia es propiedad de su autor, y puede ser distribuida libremente con apego a:

- 1) que el contenido se mantenga íntegro, en su formato original, electrónico o impreso;
- 2) que su distribución y difusión no impliquen ningún tipo de transacción o intercambio comercial, en cualquiera de sus formas;
- 3) y que se utilice solamente con fines de investigación, divulgación o referencia.

podrán reproducirse fragmentos de este documento y los conceptos plasmados en él, siempre y cuando se mencionen la fuente y el autor.

el logotipo, el caracol y la marca amexin son propiedad de la academia mexicana de inteligencia de negocios, a.c. todos los demás logotipos y marcas mencionados son propiedad de sus respectivos dueños.

© derechos reservados, amexin 2007.

objetivo de la mercadotecnia

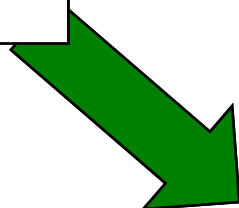
Conseguir que más consumidores compren un mayor número de productos, más a menudo, a precios más altos y con mayor eficiencia



Hacer que nuestra empresa gane más dinero

la administración de relaciones con clientes

hacer la oferta correcta
al cliente correcta
por el canal correcto
en el momento correcto

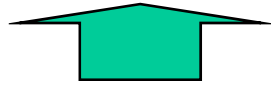


pertinencia



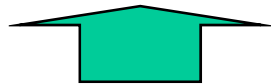
fidelidad

permanecer como cliente de la empresa, comprando con frecuencia sus productos y servicios



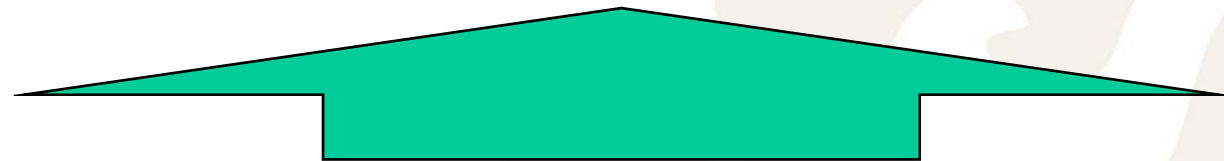
satisfacción

cubrir cabalmente necesidades y expectativas



servicio

actividades benéficas para la relación



soporte

la escalera al cielo*

ingreso

lealtad

satisfacción

servicio

soporte



y al cliente lo haremos tocar el cielo

con los elementos que sustentan el servicio y permitirán:

reconocer

ayudar

servir

retener

entender

vender

atender

consentir

ofrecer



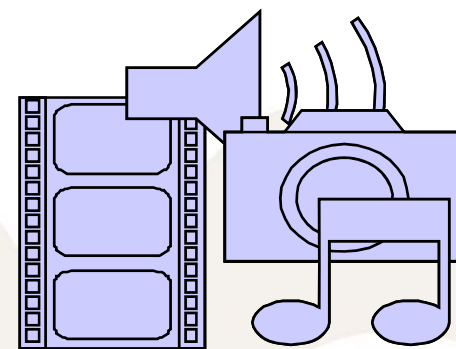
pero, sin soporte...

todo lo demás es wishful thinking*

**pensar que por desearlas, las cosas van a suceder*

porque el soporte requiere de un concierto

servicio a clientes sistemas
operaciones
finanzas ventas
recursos humanos logística
mercadotecnia



¡gracias!

ha sido un placer.



la estrategia para adoptar un relacionamiento exitoso con los clientes requiere:

asegurar la participación y compromiso de las áreas de soporte