

Preguntas y Respuestas Talleres - Viernes 27/11/20

11:00 - 12:00 Cómo no perder una venta - Francisca Escobar - The Kickass.co

1. ¿Cómo enganchar con un cliente que entra a comprar vía online?

La primera clave para saber cómo enganchar en las ventas online es conocer al cliente y sus necesidades, y con esta información se puede llegar a optimizar los procesos publicitarios de la empresa para poder llegar con mayor seguridad al cliente.

2. ¿Una misma empresa puede tener como clientes objetivo a personas con gustos y dinámicas totalmente distintas? ¿O no es práctico?

Sí se puede. Lo importante está en saber segmentar los tipos de clientes que la empresa ya posee para así saber cómo hacerles llegar el mismo tipo de mensaje: que compren el producto.

Por ejemplo, en el caso hipotético de una panadería de zona alta, existen dos tipos de clientes: el cliente frecuente que compra todos los días sin importar el precio; y el cliente que visita poco el establecimiento debido a sus precios poco accesibles para consumo diario, pero aún así disfruta de vez en cuando de adquirir los productos como regalos para amigos y familiares. En esta situación se puede proceder a hacer cambios pequeños en el menú, y así adjuntar también una sección de menú con productos para regalar. De esta manera se contemplan ambos clientes en un solo objetivo final.

3. Si las ventas de la empresa es a través de redes sociales, ¿cómo se puede obtener información sobre los gustos y preferencias de los clientes?

Lo primero que se debe hacer es directamente abrir una línea comunicacional con los clientes y preguntarles cuál ha sido su experiencia con el producto, así como su nivel de satisfacción y qué sugerencias tienen para optimizar la calidad de productos y servicios. Eso siempre es muy importante.

También, aprovechando las herramientas de las redes sociales, hay que fijarse mucho en los cuadros de comentarios que dejan los usuarios ya que muchas veces llegan contenidos con información muy importante sobre la opinión de los usuarios.

4. ¿Qué herramientas prácticas se pueden usar para demostrar confianza al cliente que compra en línea?

Lo primero que se debe hacer es ofrecer a los usuarios los debidos términos y condiciones de compra; condiciones de despacho; y políticas de devoluciones de la empresa. Estas tres informaciones son cruciales para que el cliente sienta mayor confianza en el negocio al que le está comprando.



La segunda es anexar el candado de compra segura en cada uno de sus productos. Y la tercera herramienta que se puede utilizar para demostrar confianza a los clientes es aportar números y/o emails de contacto de la empresa donde puedan hacer llegar sus opiniones.

5. ¿Cómo saber las razones por las que un usuario no concretó su compra en una web?

En estos casos, es importante contactarse con los clientes primero, ya sea vía email o vía telefónica para consultar de manera muy amable el porqué de su decisión.

Google Analytics provee el funnel donde se refleja la cantidad de usuarios que no concretan la venta, y esta es una herramienta muy útil ya que provee datos que sirven para optimizar procesos para así ir mejorando los cierres de venta.

6. ¿Las herramientas de mensajería para las webs ayudan a optimizar los procesos de venta?

Sí, siempre. Es la manera más directa para darle a entender al cliente de que la empresa se preocupa por sus dudas, necesidades y problemas.

7. ¿Los sellos de garantía no validados por instituciones no se consideran publicidad engañosa?

La publicidad va a ser engañosa en la medida que se estén proyectando datos o hechos que no sean reales.

8. ¿Agregar el precio de los productos en la descripción en las redes sociales garantiza mayores ventas para la empresa?

Depende directamente del tipo de público que el negocio posee. Lo importante es siempre mantener la transparencia ante los usuarios.

9. Si se tiene una tienda física, ¿cuál es la manera correcta de transicionar a ventas online por completo?

Se sugiere ir agregando beneficios para las personas que procedan a comprar en la web de la empresa. Una vez hecho esto en reiteradas ocasiones, hasta dejar una huella de confianza en los usuarios, se puede avanzar a la transición paulatina de tienda física a tienda online en la medida que las ventas físicas no signifiquen un aporte rentable para el negocio.

10. ¿Es mejor contactarse con los clientes vía email o vía telefónica?

Se pueden usar ambas herramientas. Se recomienda un poco más el teléfono porque es mucho más personal que el email.

11. Si se desea tomar fotos de calidad para la empresa, ¿es necesario contratar servicios profesionales?

Es ideal, pero existen muchos videos en YouTube que sirven de tutoría para poder lograr fotos de una calidad profesional desde casa y utilizando simplemente el móvil.