

Cápsula Empresarial

Propemi
BAC Credomatic



¿Cómo conservar tus clientes en tiempos de crisis?

Las crisis son situaciones extraordinarias en las que el entorno de los negocios deriva en impactos negativos en las operaciones, relaciones, situación y resultados de las empresas. La pandemia COVID-19 es un triste ejemplo, que ha trastornado gravemente diversas variables sociales, económicas, políticas y legales en las que se desarrollan los negocios, con algunos impactos ya visibles y otros que aún falta descubrir. Como sea, un negocio que tiene claro quiénes son sus clientes sabrá adaptar sus estrategias para mantenerse relevante, bajo la premisa de que estos seguirán teniendo necesidades y deseos.

La razón de existir del negocio, sus objetivos, sus actitudes y comportamiento deben ajustarse con la holgura suficiente como para abarcar a sus clientes como personas, portadoras de necesidades, deseos y aspiraciones. Hacer lo anterior basado no en las personas sino en productos o servicios restringe improductivamente a la empresa, en tiempos donde los mercados evolucionan de forma veloz.

A continuación se detallan algunos consejos prácticos para conservar clientes en estos tiempos de cuarentena:

1. Implementa una estrategia de ventas en línea

Tu negocio online es tu mejor aliado para mantener ingresos y lograr así responder a diversos gastos de tu negocio, tales como: planilla, alquileres, gastos de producción, entre otros. Puede implicar crear una página web de la empresa, operar desde un conjunto limitado de redes sociales o usar exclusivamente un Whatsapp desde los que se envía imágenes de los productos y servicios ofrecidos. Cada una de estas alternativas tiene un costo directo y un costo de oportunidad que no debe ser soslayado; en cualquier caso, BAC Credomatic pone a tu alcance diferentes herramientas de apoyo para el comercio electrónico, como: terminales POS inalámbricos, dispositivo MiPOS, botón de pago Compra Click. Se debe tener en cuenta también que el volumen de pedidos esperado en el canal en línea haga sentido con la capacidad instalada de tu negocio, para no generar posteriormente expectativas incumplidas y, por tanto, desconfianza.

2. Genera confianza

Comunica a tus clientes que pueden esperar de tu estrategia en línea la misma calidad y prontitud de siempre, enfatizando mensajes creíbles relacionados con medidas de higiene y entrega oportuna. Esto puede hacerse con un comunicado oficial de la empresa (de preferencia firmado por el líder), testimoniales grabados por “clientes estrella”, certificaciones

Cápsula Empresarial

Propemi
BAC Credomatic



que puedan tenerse con anterioridad, entre otros.

3. Seguimiento posventa

Tus clientes se someterán a nuevos protocolos de atención, por lo que es prioritario validar luego de la entrega de producto o servicio sobre aspectos como: calidad del producto, atención en los puntos de contacto (Whatsapp, operador telefónico, despachador, entre otros).

4. Diseña promociones especiales sin desperdiciar ingresos

Las situaciones de apremio inducen al empresario a introducir promociones de precio, sin medir el incremento marginal en el número de órdenes respecto de la capacidad instalada del negocio. En otras ocasiones, el incremento en el número de pedidos es menos que proporcional respecto de la reducción de precio ofrecida, haciendo que las ventas bajen en lugar de subir. En general, las empresas que pueden optar por reducciones de precio para incrementar sus ventas son aquellas que tienen mucha competencia o sustitutos, que venden productos menos especializados; si su caso es lo contrario, las promociones no deben venir por el lado del precio sino por medio de estatus y prestigio.

5. Evalúe la versatilidad de sus activos

Un cambio disruptivo como el que introduce una pandemia debe llevar a evaluar qué tan específicos o versátiles son los recursos y activos de la empresa. A mayor especificidad de activos hay menor capacidad de ajuste en tiempos de crisis; sin embargo, analizando rubro por rubro seguramente hay cosas que se pueden redefinir para el beneficio del negocio.

Recuerde: en Propemi BAC Credomatic creemos en tu capacidad empresarial y estamos siempre listos para asesorarte en materia de gestión.