



aga marketing
increasing marketing effectiveness®



Estimados Amigos:

En Aga Marketing, como todos los jueves, continuamos presentándoles artículos de temas relacionados con las nuevas tendencias en Marketing, Negocios, Investigación de mercados entre otro.

Satisfacer al cliente ya no es suficiente

“Trata a una persona como es y seguirá siendo como es, trátala como podría ser y se convertirá en lo que debe ser.” - Jimmy Johnson

Artículo Adaptado por AGA Marketing
Autor: Degerencia

Satisfacer al cliente es importante para todas las empresas; que el cliente quede satisfecho por adquirir aquel producto o servicio que brinda nuestra empresa es algo fundamental. Sin embargo los clientes ahora necesitan más, ahora hay que enamorar al cliente en todos sus aspectos, satisfacer sus necesidades psicosociales como ser humano.

Un ser humano por naturaleza solicita ser acariciado, valorado, respetado, escuchado, recompensado, e incluso ser disculpado, pertenecer a un grupo, no estar limitado y generalmente tener siempre la razón. La competencia cruel que se ha desencadenado hoy en nuestros días, solicita más que una guerra de precios e involucra más virtudes que características, digamos que ahora los negocios si se combinan con el placer.

INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones





aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]



Esta combinación de necesidades ha hecho que la calidad en el servicio al cliente se haya vuelto algo más que una ciencia, se haya convertido en un arte en el cual entra en juego toda la empresa, desde el contacto directo hasta el indirecto con el cliente. Debido a que el cliente ya no pretende salir únicamente satisfecho de nuestra empresa, se debe crear un ambiente propicio para que el cliente salga sumamente enamorado del servicio prestado, tal vez hablar de enamoramiento sea un poco drástico, sin embargo al ganarnos el corazón de nuestro cliente, lograríamos un cliente fiel a nuestra empresa. Enamorar a un cliente, como plantea Brian Clegg en su libro *Cautive el corazón de sus clientes*, supone persuadirle, arroparlo, sonreírle, satisfacer sus deseos... Cautivar su corazón es fácil: facilítele una gran variedad de canales para que compre, solicite información, se queje o reclame. El crear este ambiente propicio de enamoramiento en nuestra empresa, es comparable con aquella cena romántica con la mujer de nuestros sueños, mesa pequeña a la luz de las velas y una fina botella de vino, delicadeza, voz baja, atención, sonrisas sutiles y demás, un ambiente perfecto en un momento indicado, de la misma forma se debe sentir nuestro cliente al introducirse en ese mundo de terciopelo que se crea única y exclusivamente para él. Esto puede ser posible solo si la empresa tiene el carisma indicado para poder llevar a cabo los componentes necesarios para este enamoramiento. Convertirse en personas que tratan con personas sería una estrategia muy buena para poder empezar un servicio al cliente de calidad que no cubra su única satisfacción. Digamos que podríamos regresar a lo básico y emplear los valores principales que hace que una persona se sienta socialmente aceptada y porque no, también querida. El emplear las técnicas de una satisfacción al cliente, cual instrucciones de armado de un librero hace que el trato sea plástico y sin fondo, hay que tratar a nuestro cliente como si fuera el mejor de nuestros clientes, el más frecuente y el más querido por nuestra empresa, sin embargo debemos como empresa creer realmente que todos nuestros clientes lo son, para poder facilitar el carisma que genere ese ambiente que logre enamorar a nuestros clientes.

INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones





aga marketing
increasing marketing effectiveness™



La necesidad de ser una empresa líder obliga a muchos a olvidarse de las cuestiones básicas que no generan una inversión, ni un costo, como lo es brindar un servicio de calidad, que cuando el cliente sale satisfecho hace que nuestros clientes nos prefieran, sin embargo por el mismo costo, cuando nuestros clientes se enamoran de nuestro servicio logramos que no prefieran a nadie más y eso puede ser más valioso. Entonces ya estaríamos combinando los negocios con el placer.

Esperamos que este artículo haya sido de su total agrado, por lo cuál nos ponemos a sus órdenes para ampliar este tema por los medios que sean más convenientes.

Nuestro próximo tema será de gran interés para ustedes, el cuál enviaremos en las próximas semanas.

Le saludamos sus amigos de **AGA MARKETING**.

Síguenos en:



INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones

