

# Emprender en eCommerce, primeros pasos

16 de abril de 2013

## ATENCIÓN AL CLIENTE EN E-COMMERCE

César Álvarez

Dtor. Desarrollo de Negocio en The Shop Expert

The  Expert

[www.theshopexpert.com](http://www.theshopexpert.com)

VENDER

VENDER

VENDER (+)

# NUESTROS CLIENTES TIENEN DUDAS



# ASESORAMIENTO Y ASISTENCIA



¿qué producto compro para mis necesidades?

Buscar con Google

Voy a tener suerte

Búsqueda  
Herramientas



**CLIENTES CONTINUAN BUSCANDO  
ATENCIÓN PERSONALIZADA**

# ATENCIÓNAL CLIENTE

PERSUADIR

SOLUCIONAR

SATISFACER

VENDER

# ATENCIÓN PREVENTA

Especificaciones concretas,  
funcionalidades o características de producto ó  
servicio

Condiciones de venta, garantía, gastos de  
envío u otros **servicios adheridos a la compra**  
del producto o servicio

Incidencias durante el **proceso** de pedido

Apertura de **oportunidades** comerciales



# PREVENTA **SOBRE** PRODUCTO

*El visitante de tu web tiene unas necesidades y debes tratar de convertirlo a cliente*

1

CONOCER AL  
CLIENTE

2

ACONSEJAR  
PRODUCTO

3

VENDER  
CON ÉXITO

# PREVENTA **SOBRE** **SERVICIO** ADHERIDO

*El cliente potencial desea conocer cómo  
le tratará su proveedor*

1

DISPOSICIÓN  
ÁGIL

2

RESOLUCIÓN  
RÁPIDA

3

VENDER  
CON ÉXITO

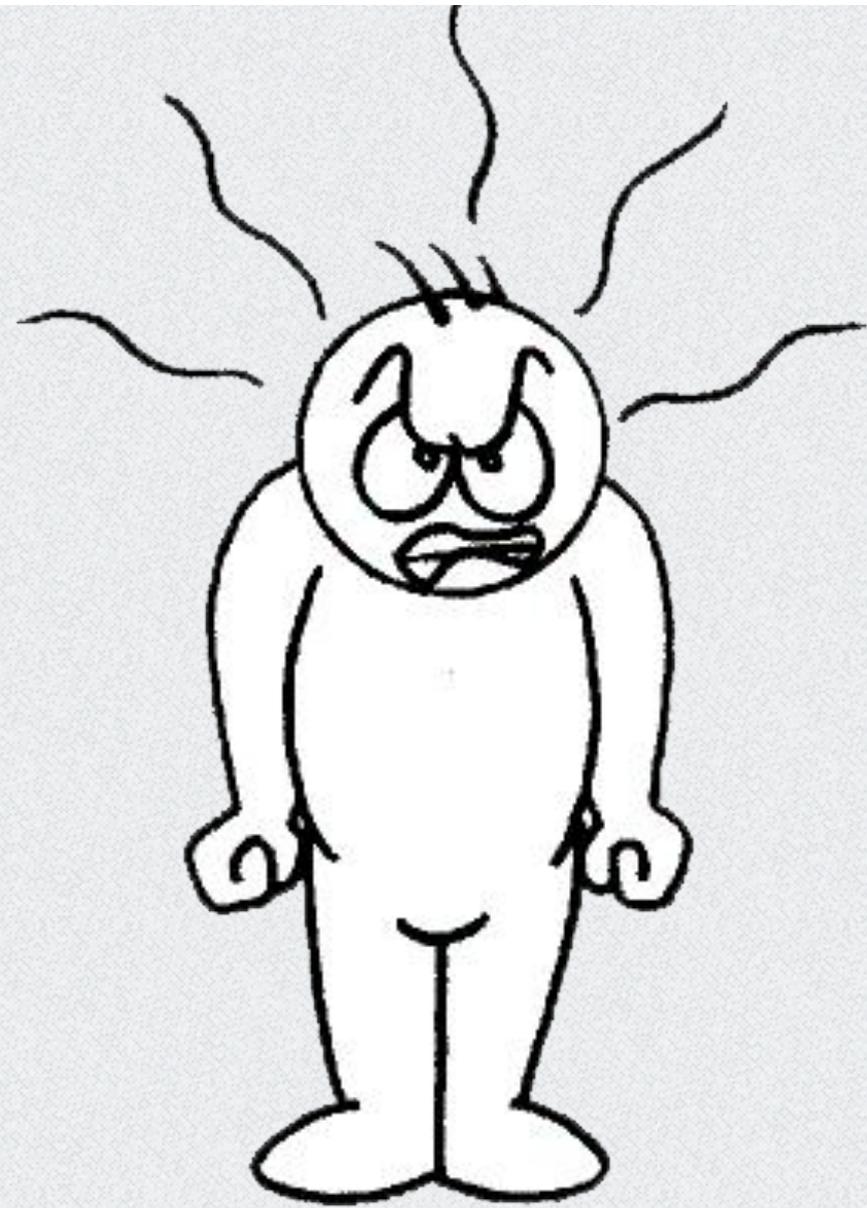
# ATENCIÓN POSTVENTA

Estado de una compra o **pedido**

Un nivel de **soporte**

Ejecución de la **garantía**

Procedimiento de **devolución**



# ATENCIÓN POSTVENTA

*El cliente desea solucionar su eventual insatisfacción  
con una solución efectiva*

1

POLÍTICA  
ADECUADA

2

RESOLUCIÓN  
RÁPIDA

3

CLIENTE  
SATISFECHO

# RESULTADOS CLIENTES

Realimenta la **estrategia de negocio**

La atención al cliente preventiva permite **ahorrar** en atención postventa

Satisfacer a los clientes los **fideliza** y probablemente vuelvan a comprar

Un cliente satisfecho **comparte su buena experiencia** de compra con otros potenciales

La atención al cliente es **rentable**

# MECANISMOS PARA ATENDER CLIENTES

TELÉFONO

MAIL

REDES SOCIALES

CHAT

# TELÉFONO

- ✓ Atención personalizada
- ✓ Satisfacción del cliente



- x No clientes simultáneos
- x Posible colapso y desatención
- x Falta predisposición a llamar



# CORREO ELECTRÓNICO



- ✓ Customización
- ✓ Coste reducido



- x Respuestas dilatadas
- x Atención impersonal
- x Grado de satisfacción

# REDES SOCIALES

- ✓ Atención preventiva a colectivos
- ✓ Captación clientes referenciados



- x Es un mecanismo complementario
- x Comunicación Vs. Atención cliente



# CHAT INTERACTIVO



- ✓ Inmediato y personal
- ✓ Sesiones múltiples
- ✓ Predisposición
- ✓ Satisfacción clientes



- ✗ Estado offline
- ✗ Tiempo de consulta superior al teléfono

# RENTABILIDAD VENTAS

Los visitantes de tiendas online **aumentan su probabilidad de compra** 10 veces si son atendidos de forma satisfactoria

En torno a **un 20% de visitantes atendidos compran** en el momento y se convierten en clientes

**Aumenta un 30% la cesta media** del cliente que chatea

# EXTERNALIZACIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE

ESPECIALIZACIÓN EN  
EL DESARROLLO DE  
TU NEGOCIO

MECANISMOS DE  
EVALUACIÓN

ESPECIALIZACIÓN

SIN GASTOS  
INTERNOS

SERVICIO ESCALABLE Y  
ADAPTABLE

VENDER

VENDER

VENDER (+)

# Emprender en eCommerce, primeros pasos

16 de abril de 2013

## ATENCIÓN AL CLIENTE EN E-COMMERCE

César Álvarez

Dtor. Desarrollo de Negocio en The Shop Expert

[cesar.alvarez@theshopexpert.com](mailto:cesar.alvarez@theshopexpert.com)

The  Expert

[www.theshopexpert.com](http://www.theshopexpert.com)