



# ¿Qué hacer para recuperar clientes inactivos?



## ¿Necesitas incrementar las ventas de tu e-commerce?

Recuperar clientes inactivos es una excelente forma de hacerlo, y además, esta es una estrategia mucho más simple y económica que atraer y fidelizar nuevos consumidores.



Tal vez estés preguntándote: cómo hacer eso cuando los leads parecen no interesarse más por tus materiales. ¿Cómo atraer personas que ya compraron en tu negocio, y hasta tuvieron una experiencia agradable, pero nunca más retornaron?

Es con la mente en esto que preparamos este posteo. La idea es ayudarte a recuperar clientes inactivos y mejorar el lucro de tu e-commerce. ¡Mira!

## **¿Qué estrategias abordar?**

Es preciso comprender que un antiguo cliente es tan o más importante que uno nuevo. Atraer a nuevos consumidores es algo excelente, pero mantenerlos es una garantía de que ellos siempre volverán a comprar en tu nueva empresa. Mira algunas estrategias que te podrán ayudar.

### **Descubre quiénes son los clientes inactivos**

Una posibilidad es crear listas segmentadas de antiguos consumidores y determinar los posibles motivos para que ellos se hayan alejado de la empresa. Mira: el precio no es el único factor que influye en ese abandono.

Mala atención, no entregar lo prometido, condiciones de pago, calidad del producto, plazo de entrega y valor del flete son ejemplos de factores que merecen tu atención. Es fundamental conocer al cliente para entender cuáles son sus necesidades, y, así, mostrar que tu oferta, además de ser mejor que todas las demás, es la solución para los problemas que él tiene.

## Entiende el ciclo de compra de tus productos

Es necesario conocer bien el funcionamiento de aquello que vendes para determinar de cuánto en cuánto tiempo un consumidor precisaría comprarlo. Al final, no siempre el cliente cambió tu tienda virtual por otra empresa. A veces, él solo no precisa tu producto en ese momento.

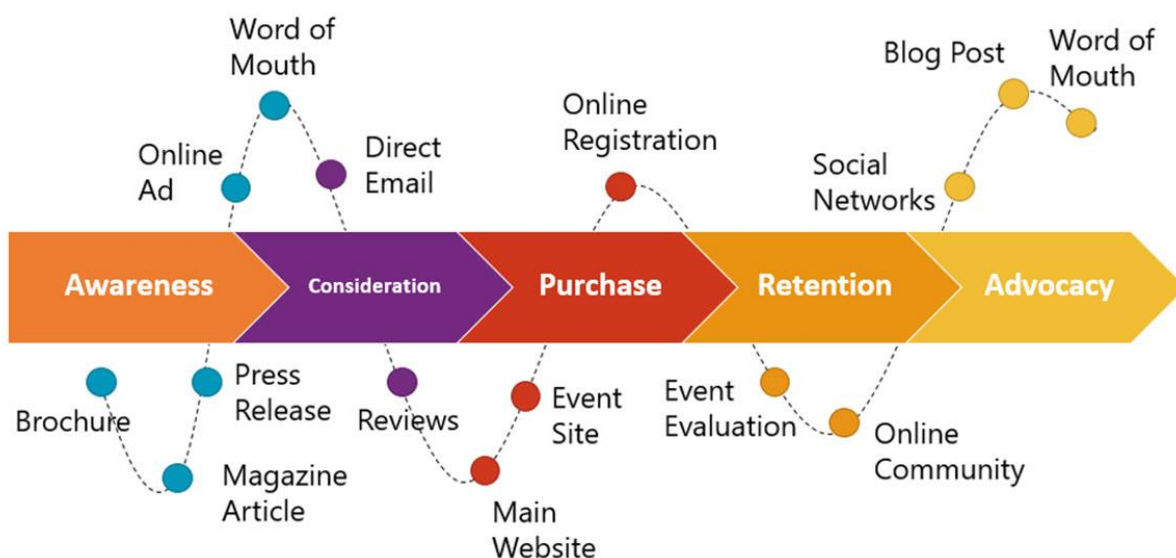


## Se cómplice de tu cliente

¿Hasta qué punto tu negocio está preocupado en ayudar a tus consumidores? Más que el deseo en concluir una venta, muéstrale al cliente que tu e-commerce está comprometido con el éxito y los desafíos de él — esa es una de las mejores técnicas de ventas que existe.

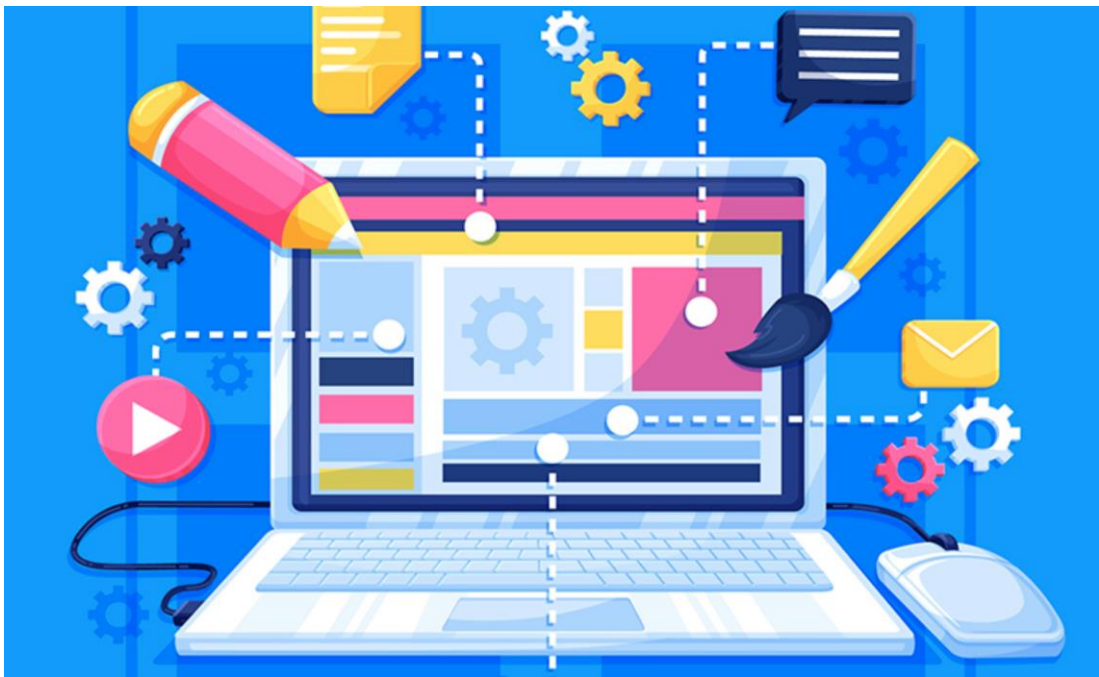
## No dejes que el cliente te olvide

El dicho «quien no es visto, no es recordado» tiene sentido cuando el tema es recuperar clientes inactivos. Por lo tanto, garantiza que tu marca esté siempre en la mente de tu consumidor: no suma después de vender, mantén el contacto y ten como objetivo generar relaciones.



## ¿Qué tipo de mensaje usar?

La comunicación es el mejor instrumento que podrás usar a favor de tu negocio para retener consumidores o recuperar los que ya se encuentran inactivos. Mientras tanto, es interesante comprender qué abordajes son más adecuados y relevantes para que los objetivos, como la fidelización y el aumento de las ventas, sean alcanzados. ¡Mira algunos mensajes que puedes usar en tu tienda online!



## « ¿Vamos a crear un registro? »

¿El cliente visualizó tu producto o ya lo adquirió? Sugiera que él haga un registro en el e-commerce — así nunca se perderán de vista. En ese momento, lo ideal es:

dejar claro con qué frecuencia él recibirá mensajes;

aclarar cuáles temas serán abordados;

validar un e-mail para confirmar el registro;

crear un formulario pequeño para recoger datos importantes.



## « ¡Bienvenido! »

No existe segunda oportunidad para causar una excelente primera impresión, por eso es importante esmerarse en el contenido y garantizar relevancia para el cliente desde ahora. En caso que el mensaje sea enviado por e-mail, es imprescindible que el contacto ocurra de modo responsivo y transparente — deja en claro que él podrá cancelar el registro. Además, sé objetivo y ofrece algún beneficio.





## « Estos productos lo están esperando. »

Recuerda al consumidor de ítems que pareció estar interesado en otro momento. Para garantizar la eficiencia del mensaje, no olvides insertar el enlace del producto, de hablar sobre las ventajas que tiene y de ofrecer descuentos o mejores condiciones de pago.

Considerando que el consumidor es lo que más importa para tu negocio, esta es una estrategia de remarketing muy efectiva, pues tu e-commerce personaliza el contacto y expresa cuidado con las necesidades del cliente.

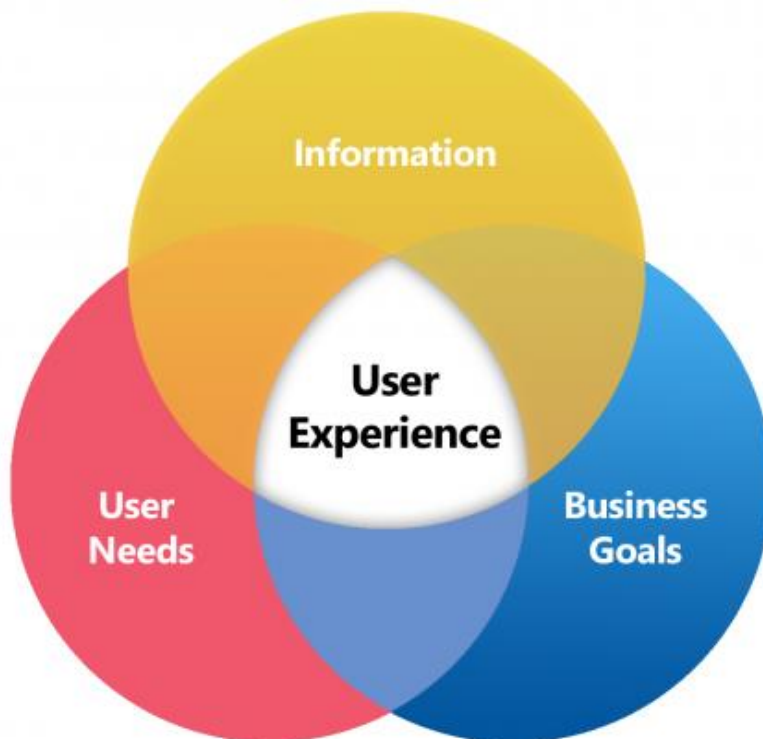


## «Preparamos una oferta especial para usted.»

La personalización es clave para el éxito en la atención. Entiende que el cliente no quiere ser tratado como uno más en tu empresa: él quiere sentirse especial. Es por esa razón que mensajes de ofertas personalizadas convierten tan bien.

### Para agregar valor a la experiencia, podrás:

segmentar los contactos;  
sugerir ofertas de acuerdo con el historial de compras y navegación del usuario;  
indicar productos complementarios;  
mostrar los productos relacionados a una adquisición anterior.



## ¿Qué herramientas probar?

### Llamada telefónica

¿Será que tu tienda virtual olvidó el poder que tienen una simple llamada telefónica y una buena conversación? No estamos hablando de telemarketing, sino de dedicar un tiempo para llamar y recordarles a las personas tu existencia.

Este tipo de atención cercana del consumidor es una de las características más fuertes de los pequeños emprendimientos. Finalmente, es ofreciéndole una experiencia positiva al cliente — o recordándole una — que tu tienda virtual lo hará recomprar.

# TELEMARKETING



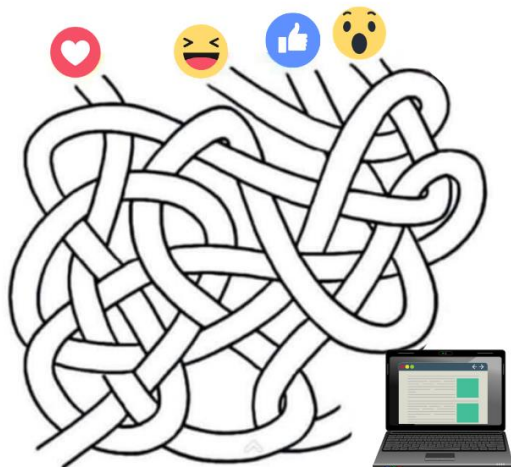
## E-mail marketing

La tecnología ofrece una serie de herramientas poderosas para que tu negocio recupere clientes inactivos, y el e-mail marketing es una de ellas. Por medio de esta estrategia y de una segmentación adecuada, es posible crear campañas de marketing destinadas a ese público — ¡solo ten cuidado con la insistencia!

## Redes Sociales

Las redes sociales son tus mejores alternativas para afirmar relaciones con los consumidores — incluso antes que una compra se haga. Estar presente en Facebook e Instagram, por ejemplo, es una excelente manera de recordar a un antiguo cliente de tus productos y despertar su interés.

**¡Oh no!, Un mercadologo no encuentra sus propuestas, ayúdalo a encontrarlas**



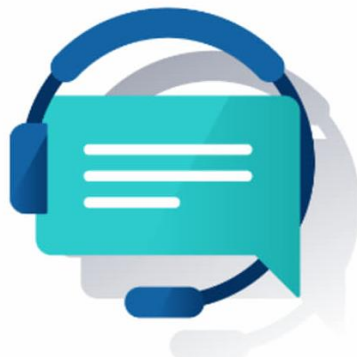
## Atención

Invierte en la atención. No sirve de nada que tu tienda conozca al cliente como nadie, use los mejores mensajes para contactarlo, cree campañas increíbles de e-mail marketing y tenga un lindo perfil en las redes sociales si la atención deja que desear.

Tal vez esta sea la recomendación principal, ya que una excelente atención es esencial para la vuelta del consumidor — así como todo el trabajo de remarketing. Además, una persona bien atendida siempre retorna y recomienda la marca a otras personas.

### . Atención al cliente

Es muy importante el trato que se le da a los clientes, es por ello que tiene que ser bueno para que vuelva a comprar y te recomiende.



Un cliente fiel contribuye mucho más para las ganancias de un negocio que otro apenas atraído — por eso, es crucial prestar atención en esos leads «olvidados» y concentrar algunos esfuerzos para comprenderlos, rescatarlos y retenerlos.

¿Notaste la importancia de recuperar clientes inactivos? Queremos ayudarte a tu e-commerce. ¡Ponte en contacto con nosotros!

## 6 Tips para un E-commerce exitoso

### 1. Escoger la plataforma

Es importante elegir una plataforma ya que en ella estará el sitio web, también es importante que esta vaya de acuerdo a tus necesidades y presupuesto.

### 2. Uso de redes sociales

Tener presencia en redes sociales, es una herramienta muy importante, es por eso que se debe tomar el tiempo necesario para planear y realizar estrategias efectivas.

### 3. Atención al cliente

Es muy importante el trato que se le da a los clientes, es por ello que tiene que ser bueno para que vuelva a comprar y te recomiende.

### 4. Logística

Es muy importante fijar un canal de distribución, ya que de ello depende la reputación y las ventas de tu negocio.

### 5. Métodos de pago

Se tiene que buscar la manera de facilitar las opciones de pago de cliente, y considerar usar tarjetas de crédito o débito, PayPal o mercado pago.

### 6. Métricas

Son muy útiles ya que se pueden medir resultados, conversiones, clics, vistas, etc. Te puedes ayudar de Google Analytics y tests multivariados, y así crear mejores estrategias.



---

ART CREATIVA



ARTCREATIVA.MX



@ARTCREATIVAMX



@ARTCREATIVAMX