

04

EL VALOR DEL
SERVICIO



EL VALOR DEL SERVICIO



El **servicio al cliente** es el **apoyo** que reciben los clientes, **antes** y **después** de adquirir un producto o servicio, con el **propósito** de ayudarlos a tener una **experiencia positiva** con la marca. De esta forma, se asegura de **retenerlos** y **hacer crecer**



Al ofrecer un servicio excepcional, las empresas recuperan **los costos de adquisición** de clientes y consiguen **seguidores leales** que recomiendan la marca a otras personas de **forma gratuita**.



Conocer la importancia de un buen **servicio al cliente** y comenzar a ofrecer una **experiencia única** en su negocio, es **imperante**



1.-La retención de clientes es menos costosa que conseguir clientes nuevos

Adquirir un **nuevo cliente** puede ser entre **5** y **25 veces** más caro que mantener uno **actual**.

No tiene que dedicar tanto tiempo y recursos a buscar un nuevo cliente y convertirlo. Solo hay que asegurarse de que estén satisfechos.



2. Los clientes actuales gastan mucho más que los clientes nuevos

El valor del servicio al cliente se resume en este punto en que los consumidores altamente comprometidos **compran un 90% más recurrentemente** y **gastan un 60% más por transacción.**



3. Crear conciencia de marca con un mínimo esfuerzo

El equipo de servicio al cliente es la **conexión** con los clientes. Por lo tanto, tiene la **responsabilidad** de **representar la marca** ante ellos. Así que es importante que cada interacción con el cliente lo haga sentir **valorado, escuchado y apoyado**..



4. Permite estar al frente de la competencia

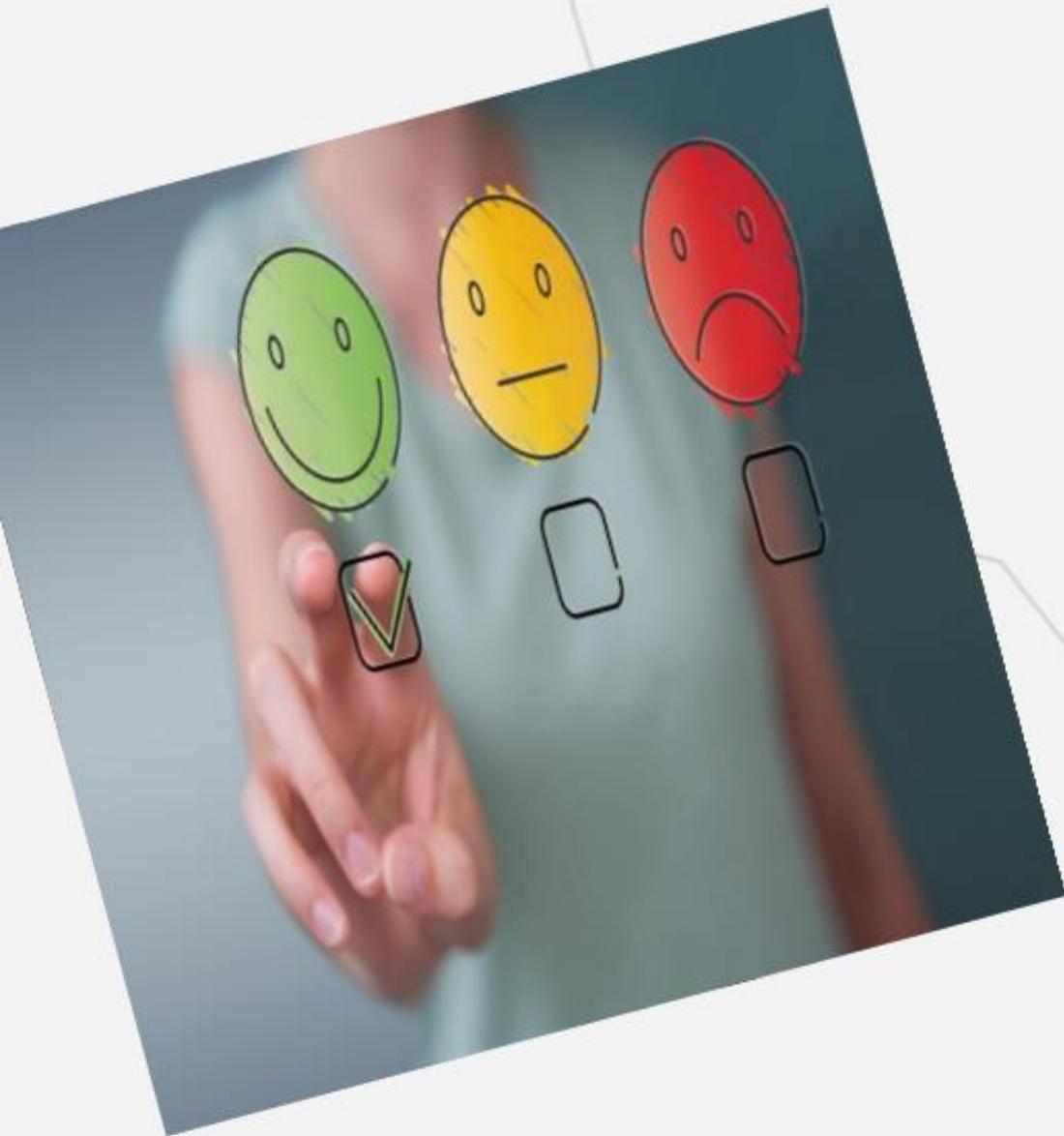
Cuando el estándar de servicio normal significa ir más allá para un cliente, es cuando elegirán a su negocio sobre otro.



5. Los clientes te recomendarán con otras personas

Cuando los clientes están más felices, es más probable que lo transmitan a sus amigos, familiares y compañeros de trabajo.

Tus clientes pueden ser la **mejor forma**, y la **más económica**, de **obtener publicidad de boca en boca**, siempre que **se le de una razón para hacerlo**.



6. Aumenta la lealtad del cliente.

Si un cliente tiene una experiencia positiva con su marca, no hay razón para que busque en otra parte.

La base de la **lealtad** del cliente es la **confianza**. Entonces, al interactuar con el equipo de servicio, estos clientes pueden construir **relaciones de por vida** con su negocio.



7. Permite crear relaciones con otras empresas

Una cultura enfocada en el servicio al cliente, dice mucho sobre una empresa, Esto definitivamente, prepara el camino para poderosas asociaciones, colaboraciones y otras oportunidades.