



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman

Axa prioritară 4 - *Incluziunea socială și combaterea sărăciei*

Obiectivul specific 4.1: *Reducerea numărului de persoane aflate în risc de sărăcie și excluziune socială din comunitățile marginalizate în care există populație aparținând minorității rome, prin implementarea de măsuri integrate*

Titlul proiectului: *„IMPACT TEACA - Măsuri integrate pentru îmbunătățirea situației socio-economice a persoanelor defavorizate din comunitățile marginalizate ale comunei Teaca, județul Bistrita-Nasaud”*,

Contract nr.: POCU 18/4/1/102218

Beneficiar: Județul Bistrita-Nasaud/ Direcția dezvoltare durabilă și relații externe

FIDELIZAREA CLIENTILOR

In cadrul subactivității 3.8 *Realizarea unei biblioteci on-line in cadrul site-ului de proiect in domeniul antreprenoriatului*

Mai 2020

Intocmit,

Expert management Giorgio Guidi

Expert marketing Iliev Denislav



UNIUNEA EUROPEANĂ



➤ INTRODUCERE

Atragerea clienților este esențială pentru dezvoltarea unei afaceri, este una dintre cele mai complexe și mai dificile activități ale unui antreprenor, după ce acesta efectuează toate operațiunile privind deschiderea business-ului, este aceea de atragere a clienților, de găsire a persoanelor care sunt interesate de serviciile prestate sau de bunurile vândute și nu în ultimul rând, de păstrare a acestora pe termen lung.

Cliantul este un element esențial în funcționarea afacerii tale și tu ca furnizor de bunuri sau prestator de servicii trebuie să faci absolut tot ceea ce consideri că este mai bine pentru a-i mulțumi și pentru a păstra o relație bună cu aceștia și în viitor.

Tehnici și strategii de fidelizare a clienților:

1. Oferă reduceri comerciale

Reducerile comerciale acordate de furnizor și înscrise pe factura de achiziție ajustează în sensul reducerii costul de achiziție a bunurilor. Atunci când achiziția de produse și primirea reducerii comerciale sunt tratate împreună, reducerile comerciale primite ulterior facturării ajustează, de asemenea, costul de achiziție a bunurilor.

2. Oferă transport gratuit dacă este vorba despre bunuri

În ziua de astăzi, transportul gratuit se numără printre principalele beneficii căutate și apreciate de consumatorii români, fie că vorbim despre transport gratuit pentru bunurile achiziționate peste o anumită valoare comandată, fie că vorbim de transport gratuit acordat indiferent de valoarea comandată.

Desigur această metodă de fidelizare se poate realiza doar în cazul în care vorbim despre comerțul online (magazin online) sau dacă vorbim de comerțul offline atunci când clienții comandă produse de dimensiuni și greutate mare, care necesită transport la domiciliul clientului.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Pe de alta parte, daca te-ai gandit sa oferi acest beneficiu, atunci asigura-te ca bunurile ajung la clienti intr-un timp relativ scurt de la comanda deoarece de obicei acestora nu le place sa astepte.

3. Oferă produse cadou/gratis

O alta forma de fidelizare a clientilor este aceea de a le oferi produse cadou (gratuite) la comenzile mai mari pentru anumite produse, peste un anumit plafon, spre exemplu „2 plus 1 gratis”.

Deseori se practica aceasta tehnica si atunci cand se lanseaza un produs nou, cu scopul de a stimula clientii sa cumpere acel produs si in cantitati mai mari.

4. Oferă diferite vouchere/discount-uri cu ocazia unor evenimente

Multi comercianti ofera clientilor vouchere cu X% discount pentru viitoarele produse achizitionate cu ocazia diferitelor sarbatori (Craciun, Paste, ziua copilului etc.) sau cu ocazia zilei de nastere a clientului. Acest tip de fidelizare va conduce automat la stimularea clientilor in a achizitiona produsele (avand un plus de atractie - acel voucher) si la cresterea vanzarilor.

Unele companii pot practica programe de fidelizare a clientilor care presupun acordarea de puncte cadou ce pot fi utilizate pentru a achizitiona bunuri sau servicii gratuite sau cu pret redus, ca parte a unei tranzactii de vanzare de bunuri sau prestari de servicii, sub rezerva indeplinirii unor eventuale conditii suplimentare.

5. Impresioneaza-ti clientii de la prima comanda

- clientul finalizeaza comanda, iar magazinul ii trimite un mesaj de multumire si confirmare a comenzii.
- *In pachetul livrat ar trebui sa introduci un bilet de multumire, scris de mana si cu semnatura.*
- sa creezi *sabloane* pe care sa le personalizezi cu numele clientului atunci cand trebuie sa trimiti comanda.
- adaugarea unor **mostre de produse in colet**, pe care sa le incerce si sa le comande de pe site. Sau cadouri. Oamenii adora sa primeasca lucruri gratis, indiferent de cat de mici sau nesemnificative ti s-ar parea.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- Dacă dorești, poți chiar să personalizezi cadourile oferite sau mesajele, pentru a-l face pe client să experimenteze o emoție, pentru a-l face să simtă că este important pentru compania ta
- poți să-i asiguri modalități facile de retur, încă din momentul în care finalizează comanda.

6. Cere un feedback din partea clienților

Pentru a ști ce funcționează și ce trebuie îmbunătățit, îți recomandăm să ceri în permanență feedbackul clienților. Poți realiza chestionare, sondaje de opinie sau recenzii ale clienților. Astfel, vei afla ce preferințe au, ce le place la ceea ce le oferi, ce ar dori în plus. O informație în plus este mereu binevenită.

Mare atenție însă, colectarea de informații și date personale trebuie realizată conform Regulamentului (UE) 2016/679 privind protecția și prelucrarea datelor cu caracter personal (GDPR). Astfel, orice colectare de informație trebuie făcută cu acordul exprimat al persoanei vizate.

Odată aflate aceste informații, ține cont de ele și implementează-le, pentru a ține pasul cu tendințele, cu necesitățile și dorințele clienților.

7. Creează un site oficial al companiei ușor de parcurs și de înțeles

În aceste timpuri, internetul este principala sursă de informare pentru oameni. La fel este și pentru potențialii clienți. Aceștia află mai multe despre companie sau despre produsele/serviciile la care ar putea apela. De aceea, este vital să îți construiești o imagine bună online și să creezi un site bine pus la punct, ușor de parcurs, care să conțină toate informațiile pe care le poate căuta potențialul client. Fii atent la detalii. Acordă o importanță sporită conținutului și imaginilor, împreună, acestea pot determina o persoană să treacă la acțiune, cumpărând de la compania ta, sau poate să îl respingă.

Pe lângă toate acestea, un lucru esențial este să împărtășești informații corecte, complete și să fii întotdeauna interesat de ceea ce îl atrage pe consumator.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- **Țineți legătura. Aplicațiile de business**, cum ar cele de gestionare a relațiilor cu clienții, care oferă echipei toate informațiile necesare pentru a se conecta cu clienții și a le înțelege necesitățile, vă pot ajuta să porniți cu dreptul. Căutați o aplicație care organizează perfect informațiile, inclusiv e-mailurile, apelurile, facturile și notele, într-o bază de date care poate fi accesată de oricine intră în contact cu clienții. Astfel, când apare o comunicare, reprezentantul serviciului pentru relații cu clienții poate să aibă imaginea completă și să răspundă în mod corespunzător la toate solicitările și întrebările.
- **Oferiți clienților recompense prin servicii de loialitate/reduceri.** Orice program modern de fidelizare a clienților ar trebui să includă un anumit tip de recompensă pentru clienți, program de loialitate sau reduceri. Dacă nu sunteți convingși, analizați următoarele: Conform Invesp , „69% dintre consumatori afirmă că alegerea distribuitorului este influențată [în cazul lor] de posibilitatea de a câștiga puncte în programe de loialitate/recompensare a clienților, în vreme ce 57,4% dintre consumatori se înscriu în programe de loialitate pentru a economisi bani, iar 37,5% pentru a beneficia de recompense”.
- **Răspundeți la solicitările de asistență ale clienților și fiți deschiși cu ei:** prezentați-vă ca o persoană reală și o firmă reală. În orice relație este esențială comunicarea; prin urmare, căutați aplicații de business și instrumente de marketing prin e-mail care vă permit nu numai să vă conectați cu clienții și să le oferiți asistență, ci și să vă spuneți povestea în felul dvs. Prezentându-vă atât pe dvs., cât și organizația dvs. în mod autentic, puteți stabili o relație și puteți dezvolta încredere, ceea ce contribuie foarte mult la realizarea obiectivelor privind fidelizarea clienților.
- **Conectați-vă cu clienții, rămâneți în ton cu piața și asigurați-vă că strategia firmei și a produselor dvs. vă permite să livrați exact ceea ce au nevoie clienții.** Creând modalități de a obține feedbackuri prin rețelele de socializare, e-mailuri, sondaje și formulare de contact, precum și prin abordare directă sau la telefon, echipa dvs. se poate conecta cu clienții în



UNIUNEA EUROPEANĂ



momentul, în locul și în modul cele mai potrivite pentru aceștia. Dar comunicarea trebuie să fie ca o stradă cu dublu sens. Răspundeți la comentarii pozitive și negative, luați legătura cu clienții pentru a vă asigura că au fost mulțumiți de experiențele avute și/sau de hotărârile luate și arătați-le că îi ascultați cu adevărat operând schimbări importante a căror necesitate a fost scoasă la lumină de feedbackul primit. Astfel, le veți arăta celor pe care îi deserviți că sunteți atenți la necesitățile lor și că lucrați pentru a vă dezvolta și a face schimbări odată cu piața.

Pe măsură ce programul dvs. de fidelizare a clienților se dezvoltă, aveți grijă să includeți în plan un element de formare a angajaților. Astfel, echipa dvs. va înțelege în mod exact cum să execute planul, va fi abilitată să ia decizii rapide și va recunoaște când să aducă problemele în atenția nivelului superior de răspundere. Ca urmare, echipa nu numai că va putea soluționa problemele imediat ce apar, dar va putea oferi o experiență generală de mai bună calitate.

Cele mai importante 7 reguli în vânzări:

1. Construirea relației cu clientul trebuie să fie mai importantă decât dorința de a vinde un produs sau un serviciu
2. Trebuie să se creeze oportunități favorabile pentru ca respectivul client să cumpere, în loc să se creeze oportunități pentru vânzarea produselor sau serviciilor.
3. Trebuie să se inițieze conversații autentice cu clientul. Niciodată nu trebuie susținute prezentări comerciale.
4. Clientul trebuie să se simtă privit ca o persoană, nu ca o modalitate de profit. Afișați curiozitate și înțelegere față de dorințele clientului și dezvoltati o relație autentică cu acesta.
5. Nu încercați să fiți un erou care intervine și rezolvă ca prin minune problema clientului.
6. Crediți cu adevărat că dvs. și compania sunteți cei mai buni în domeniul dvs. de activitate.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

7. Oferiti clientului exact ceea ce i-ati promis, indiferent de situatie.
Daca veti urma aceste 7 reguli, veti putea dezvolta relatii de durata cu clientii.

AVANTAJELE FIDELIZARII CLIENTILOR:

- atragi clienti noi;
- mentii clientii vechi pe termen lung;
- reduci riscul de neincasare;
- reduci riscul de incasare cu intarziere;
- iti cresti vanzarile si implicit profitul;
- competitivitate pe piata etc.