



Estrategias de marketing relacional



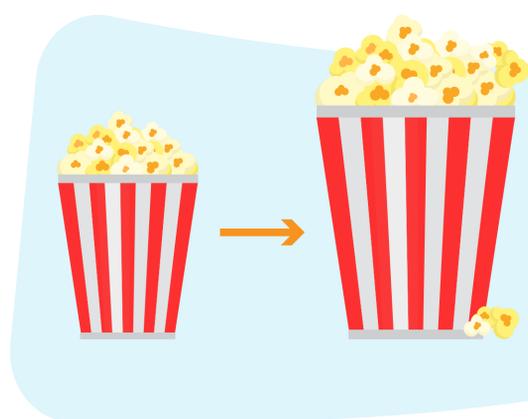
Cross selling o venta cruzada

Ofrecer un **producto complementario** al que quiere comprar o ha comprado el cliente.

Up selling o venta adicional

Ofrecer un **producto de mayor valor** al que quiere comprar o ha comprado el cliente.

- **Por precio:** ofrecer un producto de mayor valor económico.
- **Por valor:** ofrecer un producto que se adapte mejor a sus necesidades.



Clienting o fidelización de clientes

Consiste en lograr que un cliente (un consumidor que ya ha adquirido nuestro producto o servicio) **se convierta en un cliente fiel** a nuestro producto, servicio o marca, es decir, se convierta en un cliente frecuente.

Ventajas

- Conocer mejor al cliente (mayor nivel de segmentación).
- Incrementar la visibilidad de otros productos y servicios.
- Satisfacer las necesidades del cliente.
- Generar más ventas.
- Fomentar la interacción de los usuarios con la marca y crear relaciones más fuertes.
- Recordar al cliente productos y servicios de su interés.
- Superar las expectativas del cliente.
- Fidelizar al cliente.



El **marketing relacional** es una estrategia que implica construcción de la marca, fidelización de clientes, difusión de la marca y creación de autoridad en el mercado.

¡Prepárate para los buenos resultados!