



WEBINAR

CÓMO SER (DE VERDAD) LA MEJOR OPCIÓN DE COMPRA PARA TUS CLIENTES

BIK  IDEA

 29 DE NOVIEMBRE DE 2021

 9.00H

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI
COMUNITAT
VALENCIANA

El **cliente** es y será siempre el **elemento más importante** de nuestra empresa.

POR TANTO

Nuestra **relación** con el cliente es muy importante





**¿Qué comportamientos
adoptan los
consumidores al
comprar?**



Factores que influyen:



Factores personales: la edad, la profesión, la situación económica, etc.



Factores sociales: Entorno de trabajo, los círculos relacionales o la percepción general de la sociedad así como las recomendaciones.



Factores psicológicos: la percepción que tienen sobre las marcas, la motivación, el aprendizaje, las creencias y las actitudes



La gente no compra porque lo que haces es impresionante. Las personas compran porque les hace sentir increíbles.

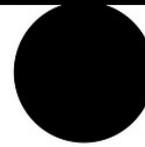
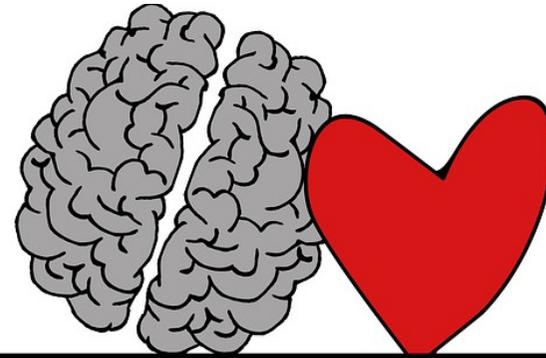
Tara Gentile



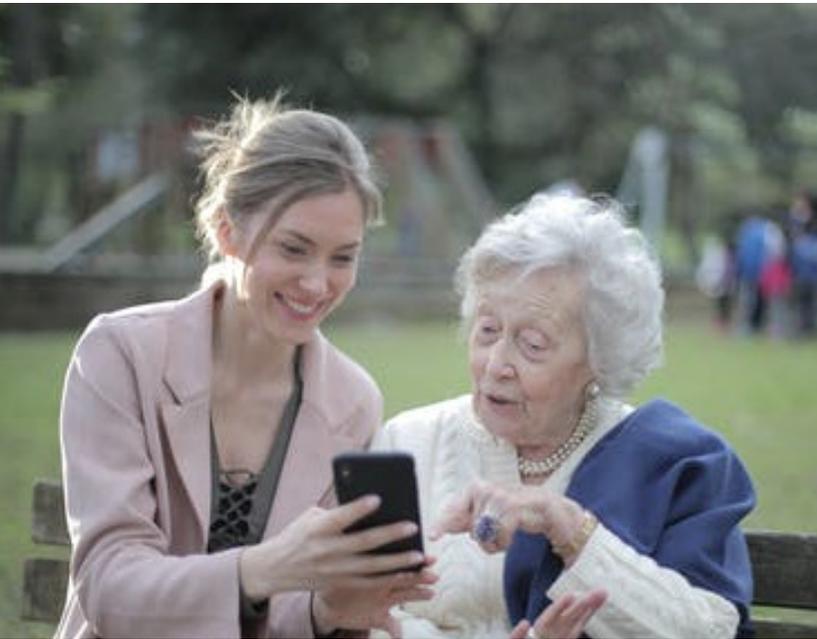


EMPATÍA

“La empatía sólo funciona cuando es genuina, y para que lo sea realmente no basta con ponerse en los zapatos del otro, es necesario previamente debemos quitarnos los propios”









Luis López

- 20 años de experiencia en reformas y construcción.
- Tiene estudios de Arquitectura pero no terminó la carrera.
- Nunca le ha faltado trabajo, pero quiere volver a su pueblo natal (Aras de los Olmos) y necesita emprender para trabajar allí.
- Cuenta con otros profesionales y le gustaría hacer reformas integrales y algo de interiorismo.

OBSERVACIONES

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

¿qué has descubierto que no supieras?

¿qué crees que te faltó por descubrir?

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/edad/profesión
- 2)Nivel cultural.
- 3)¿cuál es su relación con el tema a tratar?

¿qué te ha impactado?

¿qué preguntas te gustaría hacer si hubiera una próxima vez?

OBSERVACIONES

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

Quiero conocer el día a día de Pilar en su casa para saber si tiene problemas para ser autónoma

USUARIO/CLIENTE



Pilar tiene 72 años, es viuda y vive sola en una casa de dos plantas en Aras de los Olmos

¿qué has descubierto que no supieras?

Pilar vive muy bien sola y no quiere dejar su casa, pero cada vez tiene mas limitaciones y su casa está llena de obstáculos... Escaleras, armarios de cocina muy altos o muy bajos, un baño incomodo...

¿qué crees que te falto por descubrir?

Si había hecho reformas antes en su casa...

¿qué te ha impactado?

Al no estar sus hijos en el municipio, se siente muy insegura para ciertas cosas de envergadura como localizar profesionales, manejar dinero, o hacer transferencias.

¿qué preguntas te gustaría hacer si hubiera una próxima vez?

Para una segunda entrevista, le pediríamos que nos detallara que había pensado para mejorar su casa...

Mas información:

- **Comentarios de los clientes:** La lectura de los comentarios dejados por clientes en las referencias de Google u otras plataformas digitales puede poner de relieve problemas o deseos recurrentes.
- **Otros Foros:** Estos sitios web pueden darte una idea de las preguntas y preocupaciones que los consumidores tienen sobre su marca, servicios o productos.

Google
Reviews

Review summary



TU PERSONAJE

¿quién eres? ¿define tu personaje?

¿qué esperabas que pasara y no ha pasado?

LA ESCENA/SITUACIÓN

¿dónde ocurre la acción?

¿qué has descubierto que no sabías?

OBJETIVO

¿qué quieres comprender? ¿qué quieres aprender?

¿cómo te has sentido? ¿por qué?

Motivos de compra para elegir una empresa

- **Precio:** Tendrán muy en cuenta el producto con mayor **equilibrio** o ajuste entre el **precio** y la **calidad**.
- **Atención del personal:** Los consumidores tienen más probabilidades de comprar si los empleados los **atienden correctamente, con amabilidad y hacen que se sientan importantes**.
Conseguimos una buena experiencia de compra y así, aumentar la probabilidad de recompra y/o conversión.
- **Facilidad de compra:** un sistema de gestión de **pedidos fácil** de usar, una empresa con **accesible** estacionamiento y una forma de contacto rápida para realizar la compra o servicio. Todo lo anterior atraerá al cliente y lo contrario podría disuadirlo.



¿Dónde
queremos
llegar con todo
esto?

Proceso de decisión

- Reconocer la necesidad/
tener conciencia del
problema.
- Buscar información.
- Evaluar distintas opciones.
- Decisión de compra.
- Evaluar el producto o
servicio

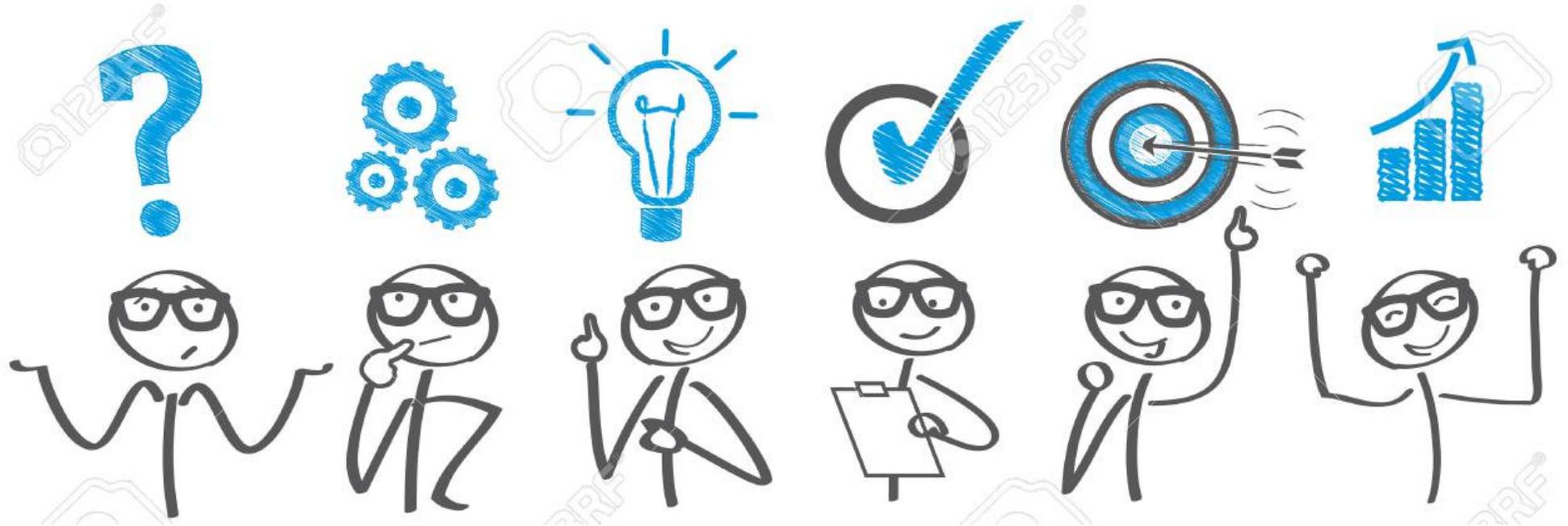


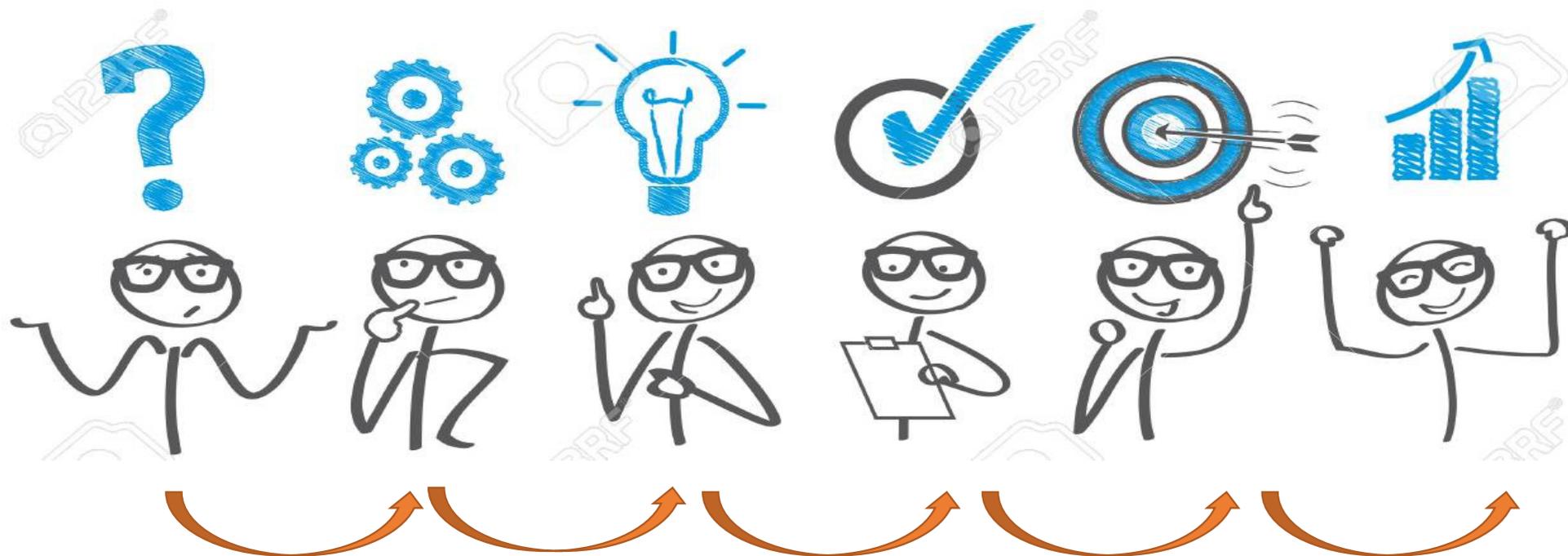
Evaluemos el proceso

ANTES

DURANTE

DESPUÉS





LAS CLAVES ESTÁN AQUÍ

CUSTOMER JOURNEY MAP. CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

PROYECTO FECHA
DISEÑADO POR VERSIÓN

	ANTES	DURANTE	DESPUÉS
ACCIONES DEL USUARIO			
Puntos de contacto			
¿Qué está pasando? ¿Qué está sintiendo?			
			
			

CUSTOMER JOURNEY MAP. CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

PROYECTO

DISEÑADO POR

FECHA

VERSIÓN



Diseñado por: Thinkers Co

"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |



"Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020"

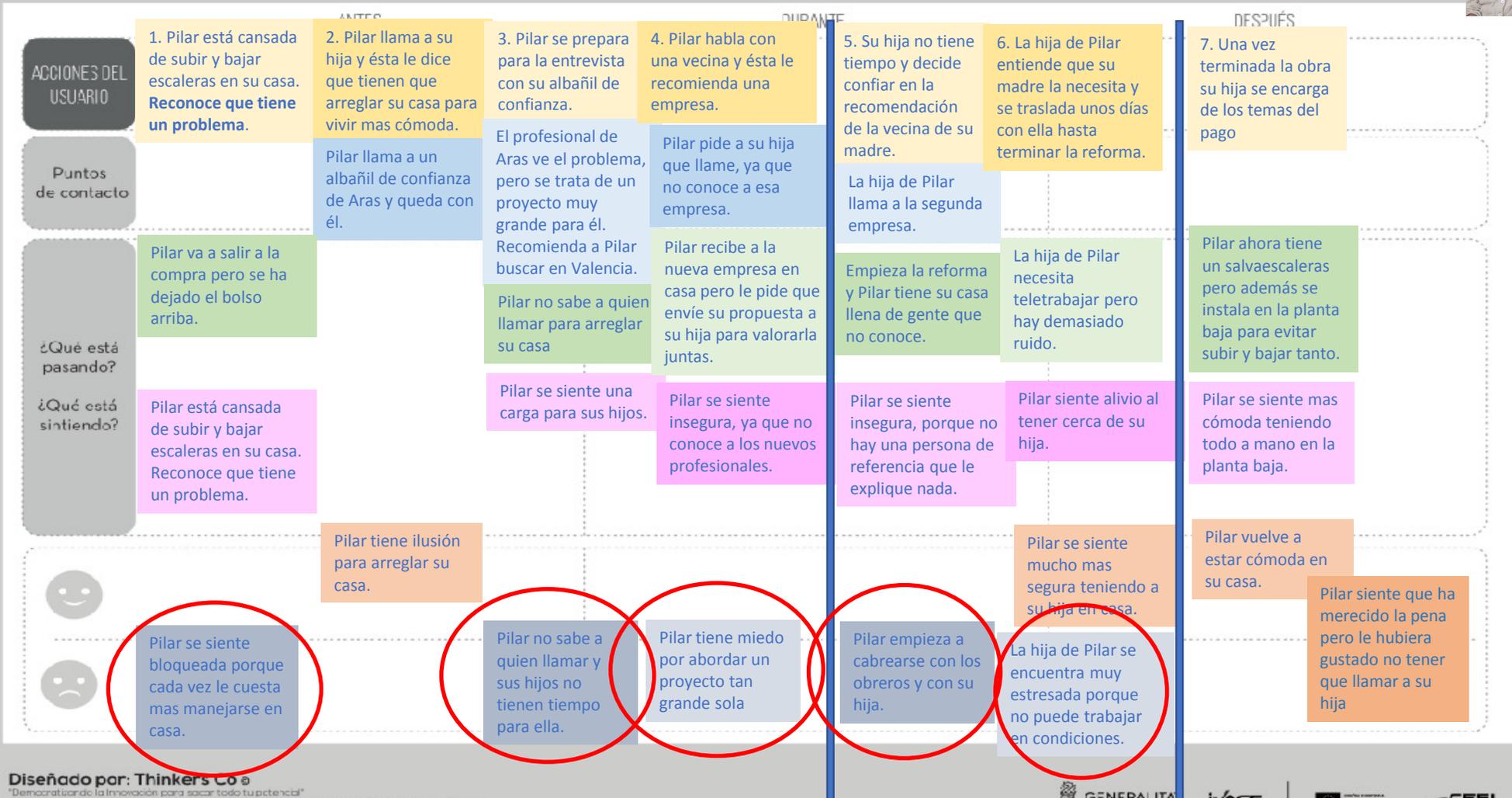
CUSTOMER JOURNEY MAP. CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

PROYECTO

DISEÑADO POR

FECHA

VERSIÓN



Diseñado por: Thinkers Co a

"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliadas. Todos los derechos reservados |



"Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020"

POINT OF VIEW. EXPLORAR/SÍNTESIS

PROYECTO FECHA
DISEÑADO POR VERSIÓN

USUARIO

NECESITA

Necesidad a de usuario.

Necesidad b de usuario.

Necesidad c de usuario.

Necesidad d de usuario.

PORQUE

Insight Sorprendente a.

Insight Sorprendente b.

Insight Sorprendente c.

Insight Sorprendente d.

Diseñado por: Thinkers Co

"Democratizaré la innovación para sacar todo tu potencial"

| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas SL, y / o sus afiliadas. Todos los derechos reservados |



"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo "FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020"



Pilar tiene 72 años, es viuda y vive sola en una casa de dos plantas en Aras de los Olmos

NECESITA

Pilar necesita hacer una reforma en su casa para que sea mas accesible.

Necesidad a de usuario.

Pilar necesita un profesional de confianza que se responsabilice de todo el proyecto.

Necesidad b de usuario.

Pilar necesita una persona que le explique cómo van las cosas y lo que queda por hacer.

Necesidad c de usuario.

Pilar necesita que su hija pueda hacer seguimiento de la obra.

Necesidad d de usuario.

PORQUE

Pilar cada vez tiene mas problemas con las escaleras y con los armarios altos.

Insight Sorprendente a.

Pilar se siente insegura con un proyecto tan grande. Siente que se le olvidan cosas...

Insight Sorprendente b.

Pilar tiene muchos profesionales que entran y salen de su casa y no los conoce.

Insight Sorprendente c.

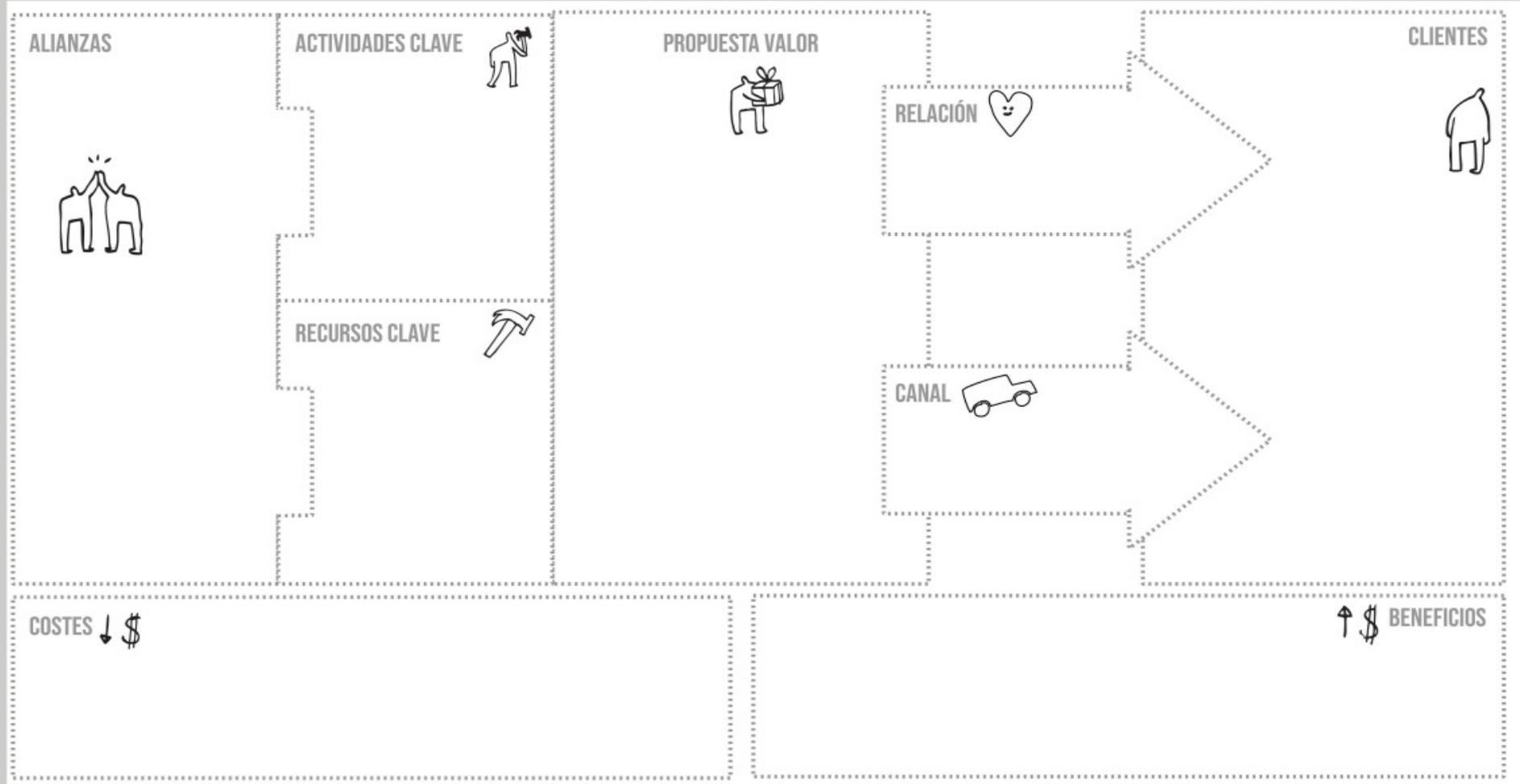
Pilar encuentra seguridad si su hija también está al corriente de lo que está ocurriendo.

Insight Sorprendente d.

BUSINESS MODEL CANVAS. CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

<http://www.businessmodelgeneration.com/>

PROYECTO FECHA
DISEÑADO POR VERSIÓN



Diseñado por: Thinkers Co®

"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

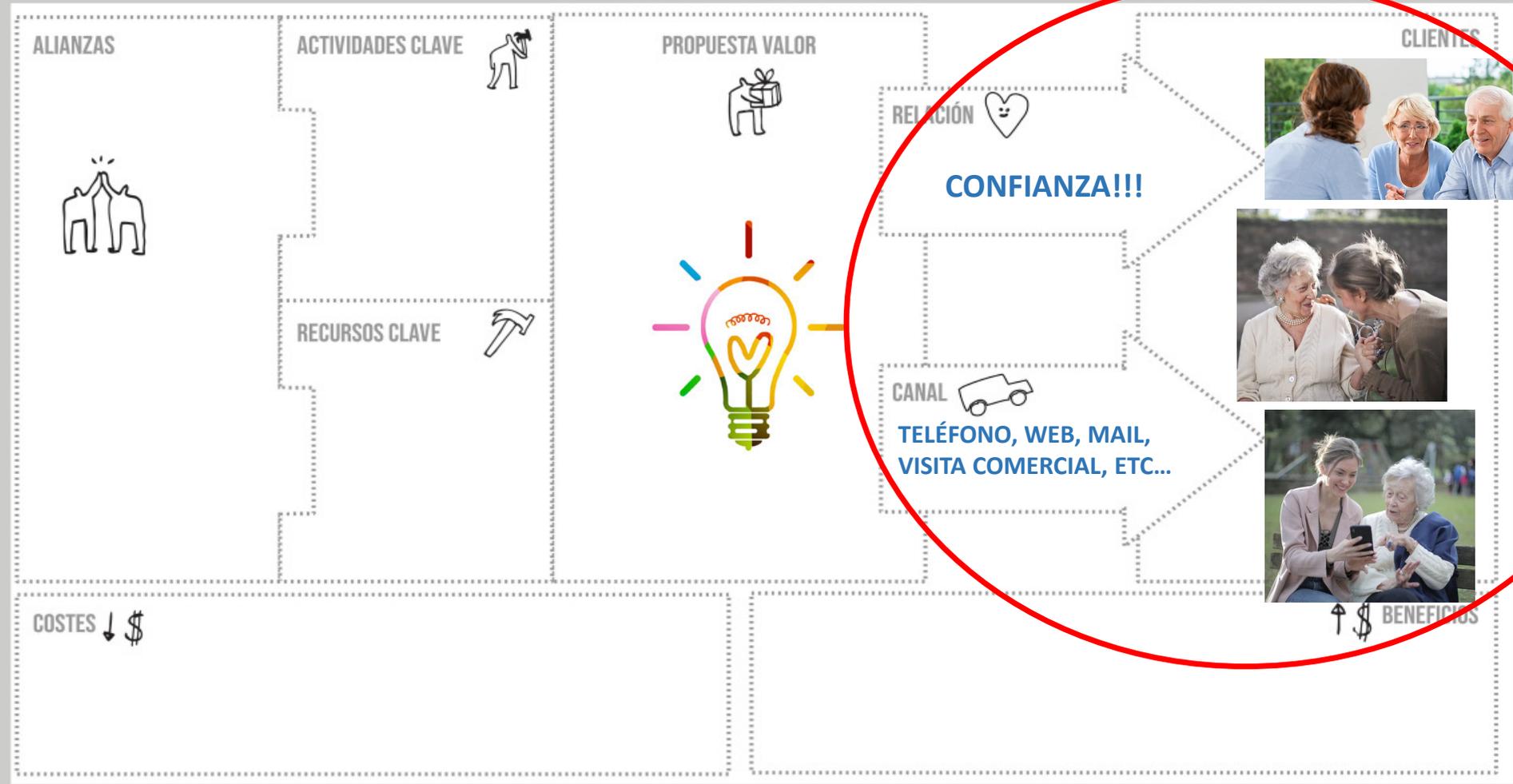


Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020

BUSINESS MODEL CANVAS.CONSTRUIR/HERRAMIENTAS

<http://www.businessmodelgeneration.com/>

PROYECTO _____ FECHA _____
DISEÑADO POR _____ VERSIÓN _____



Diseñado por: Thinkers Co®

"Democratizando la innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados |



Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020

Algunos Tips para finalizar...

- Escucha con atención a los clientes
- Comprende sus prioridades
- No asumas, pregunta
- Demuestra que comprendes sus necesidades.
- Averigua cuáles son las expectativas del cliente
- Haz que los clientes sean parte de la solución



Gracias por vuestra atención!



Paqui Frías Méndez

Especialista en Desarrollo de Negocio en CEEI Valencia

pfrias@ceei.net

@paquifrias