

# Getxo >MEETING<



**13 de mayo**

## **¿Cómo conseguir que tu clientela compre todo lo que necesita, sin dar más vueltas?**

Hemos llegado a varias conclusiones con el tema fidelización, la venta cruzada y otros temas que promueven la relación comercial a largo plazo:

- Muchas veces la clientela viene a por una cosa concreta y no es capaz de ver más de lo que ofreces hasta que no tiene su solución. Viene con visión túnel. Hay que aportarle luz.
- Es importante hacer visibles los servicios que podemos ofrecer para que más adelante lo puedan tener en cuenta.
- La venta cruzada no es más que ayudarle a no dar demasiadas vueltas para encontrar lo que necesita. Si tu cliente/e quiere una tabla de surf, puede que necesite también: una funda para la tabla, un traje de neopreno, cera para la tabla, crema solar, u otro material complementario.
- De un proyecto debería salir otro, o de un/a cliente/a debería venir otro/a. Generar una relación profesional de confianza en la que obtener información

y recoger necesidades concretas es importante para poder dar solución. Y para crear vínculo, emoción, que es la puerta al boca-oreja.

- Está demostrado que si tienes una empresa es más fácil que te compren más cosas si ya son clientes/as que conseguir un nuevo cliente/a.
- Cuando ya estás trabajando con alguien, haz una lista de qué otros productos podrían venirle bien, para tenerlo en cuenta en las conversaciones. Puedes referirte a otros proyectos que estés realizando para que le ayude a imaginar.
- Por otra parte, pensar en cómo fidelizar puede ser valioso. Una reunión anual, por ejemplo, permite obtener nuevas informaciones, nuevas necesidades. Otra opción de fidelización es realizar acciones que hagan volver a esa clientela cada año o cada X tiempo.
- Mezclar servicios puede generar nuevos. La clientela necesita novedad para ver que eres referente.

Recordar esta información puede servirte para generar relaciones comerciales más duraderas y útiles.