

L'experiència de compra



Ada Pulido
Marketing Actitud



@adapulido_marketingactitud



adapulido@mkt-actitud.com



L'experiència de compra

1ª Sessió 23/11/2020

- Introducció.
 - Unifiquem conceptes; Que és l'experiència de compra?
 - Enamorem al client?
 - Beneficis/ Importància.
-



L'experiència de compra

2ª Sessió 25/11/2020

- Estratègia en acció, integrem l'aprenentatge en el procés (Anàlisis, segment, escolta i acció).
 - El procés de la compra i el procés de la venda.
 - Siguem proactius.
 - De quines eines disposem? Com les utilitzem i coordinem?
-



Concepte; l'Experiència de compra.

"És la percepció global dels teus clients amb la marca (o negoci)."

- Reflexions:

- Estiguin comprant o no, sigui on-line o off-line, ens coneguin o no.

- Objectiu:

- Que es faci fan nostre; torni, suggereixi i recomani.
-

Enamorem al client.

- Passos a seguir:

- Sorprendre al client.
 - Valorem-lo.
 - Donem-li opcions/ llibertat d'elecció.
 - Tinguem la seva opinió en consideració - Comunitat.
 - Estiguem a l'alçada del que volem d'ells.
-



Enamorem al client!!

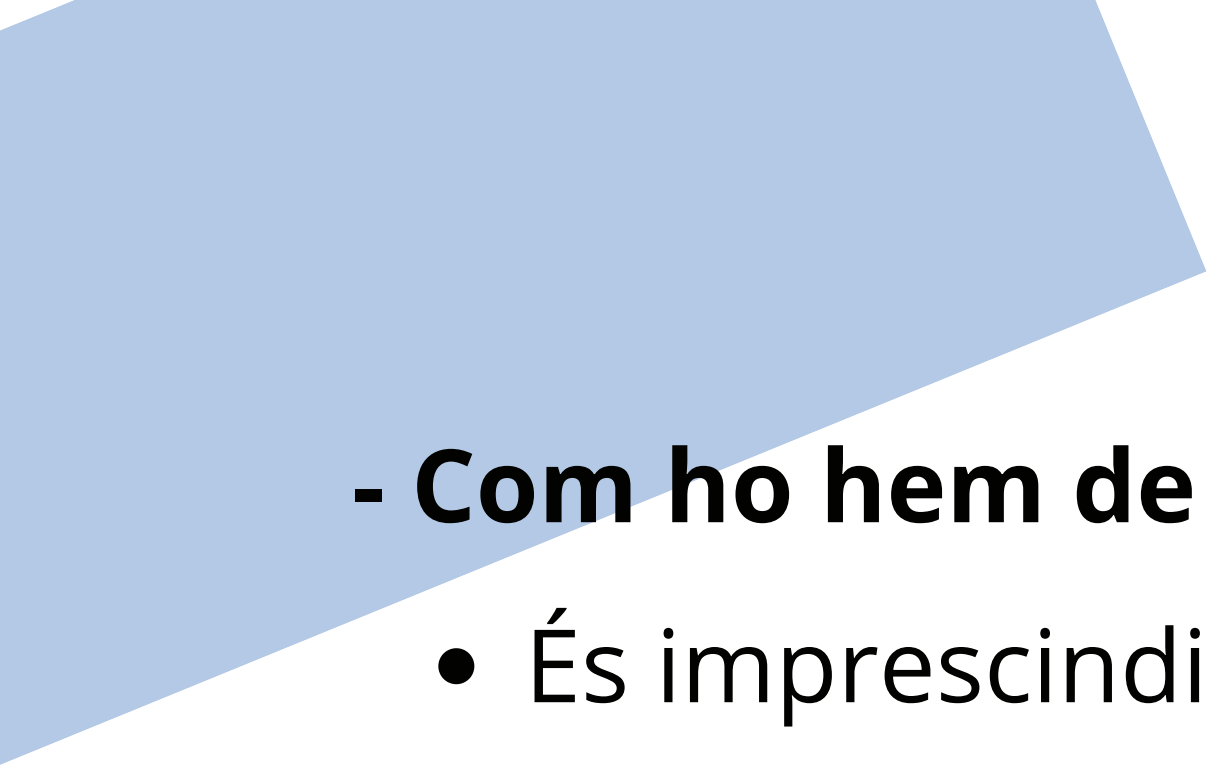
És una manera d'establir una relació que,...

- 1. SERÀ PERDURABLE EN EL TEMPS.
- 2. PROMOURÀ EL NEGOCI DES DE EL RESPECTE, VALOR MUTUU.
- 3. ENS PERMETRÀ ATRAURA LA SEVA ATENCIÓ.
- 4. OFERIR OPCIONS DAVANT LA COMPRA.
- 5. EMPODERAR AL CLIENT.
- 6. AJUDAR I COMPARTIR PER DAVANT DE TOT.

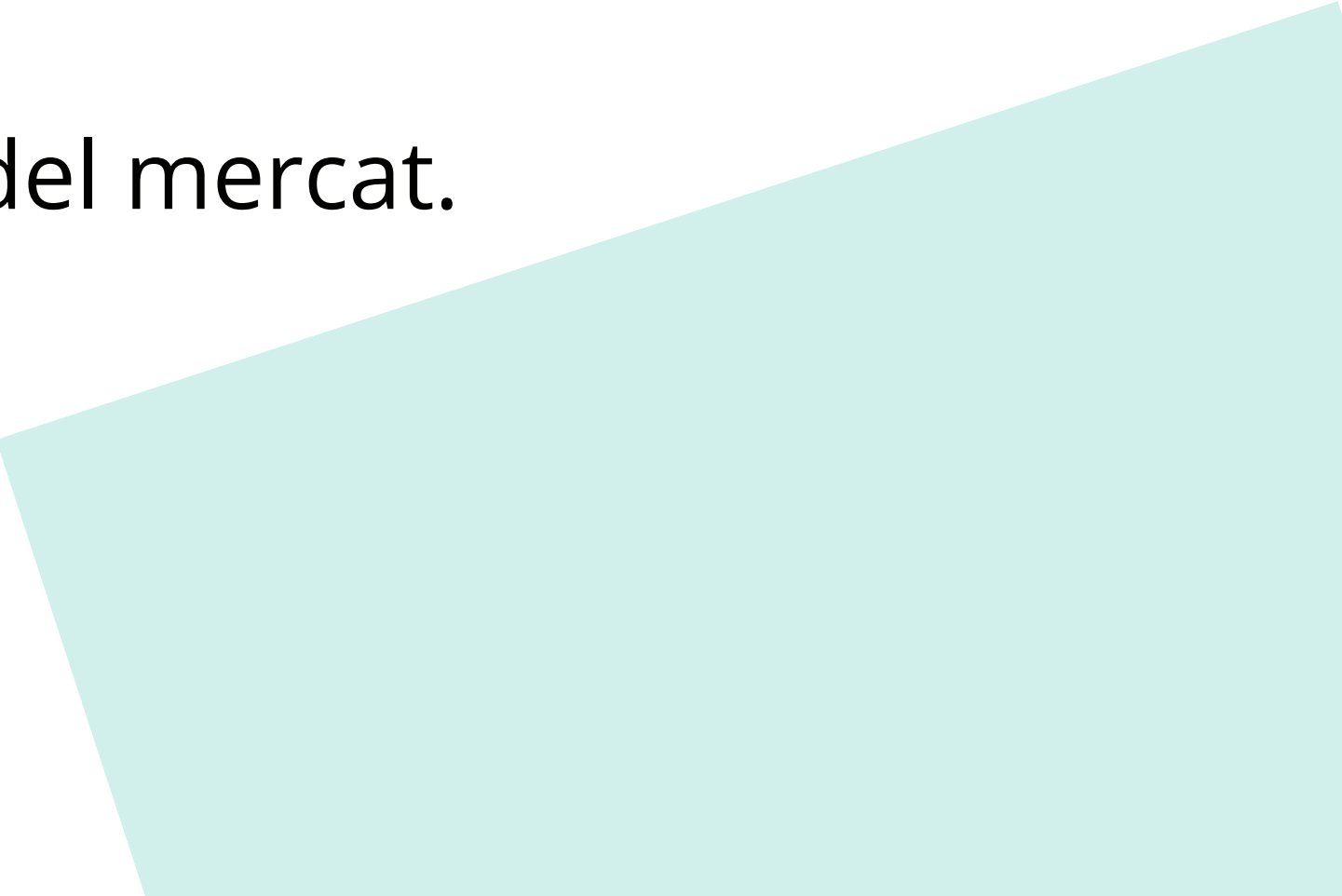
- Perquè/ Beneficis:

- Quan superem les expectatives d'algú, passem la línia de l'anàlisi objectiu que ha fet de la marca i podem entrar en el seu terreny subjectiu. - Podem crear emoció i per tant experiència i **record**.
Serà positiu?
- Sí, si ofereix una solució a una necessitat o problema que tingui.
El **coneixem** prou?
- La qüestió és, totes les necessitats son tangibles, conscients i declarades? - Podem crear una **comunitat**.





- Com ho hem de fer?:

- És imprescindible conèixer bé al vostre client real, possible, virtual o físic.
 - Conèixer molt bé les possibilitats internes que tenim, així com les limitacions.
 - Estar al dia en tendències i moviments del mercat.
- 



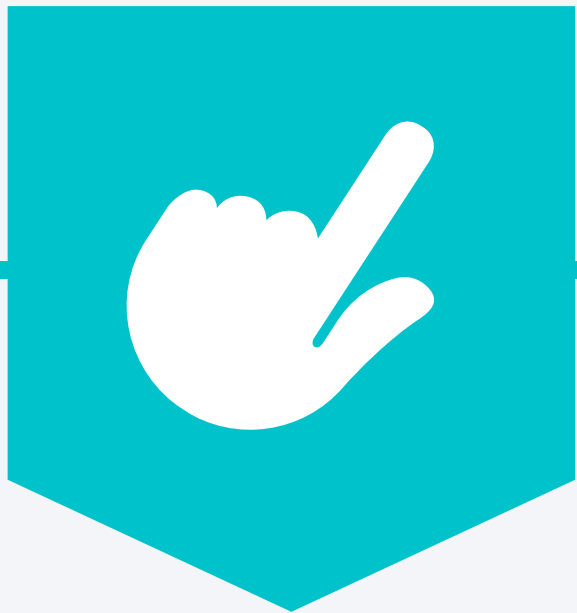
Comencem per detectar canvis:

- Ha canviat l'escala de valors del meu client? I envers el meu producte o servei?
- Ha guanyat alguna habilitat?
- Quines pors i dubtes l'envolten?
- Com s'organitzen? Quan surten? Com?

Dissenyem el nou procés de compra.

(1er per a grups de clients afins.)

I millor si evolucionem



DE PRODUCTE
A **SOLUCIÓ**



DE PUNT DE VENTA
A **MULTIACCÉS**



DE PREU A
VALOR



DE COMUNICAR
A **EMPATITZAR**



Estratègia en acció

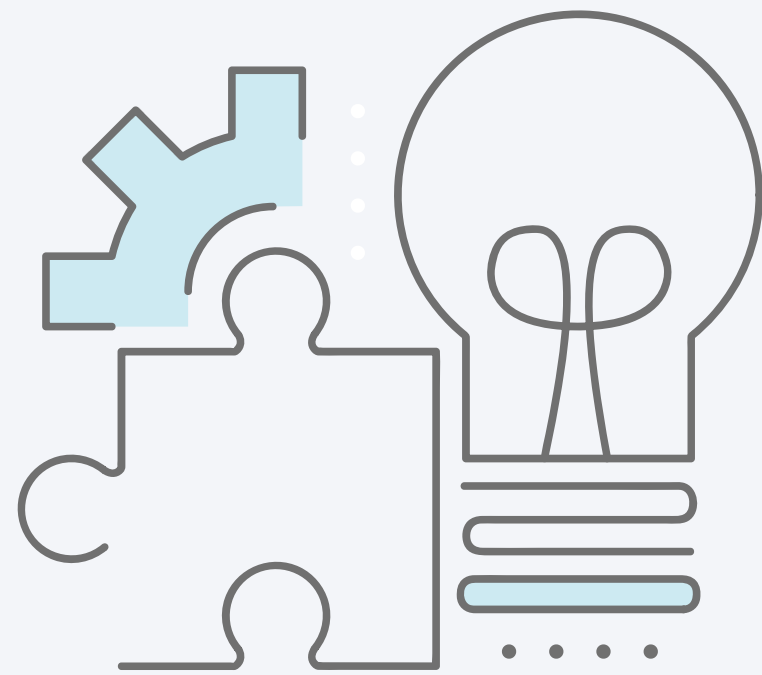




Acció - Anàlisis - Acció - Anàlisis - Acció - Anàlisis -

- La proposta és treballar amb els clients.
- Els hi podem consultar, proposar, preguntar,.. fem que siguin els nostres aliats.
- Ens ajuda a coneixe'ls millor i entendre'ls.
 - Guanyem temps i diners.
 - Creem comunitat.

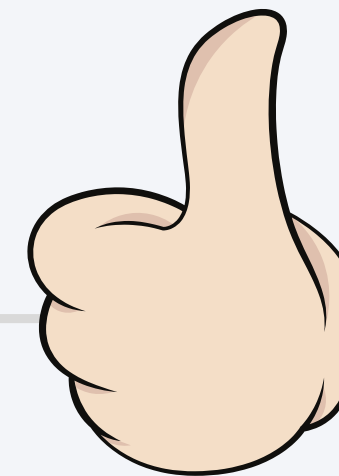
El procés de compra



Necessitat o desig de compra.



Busquem informació i evaluem.

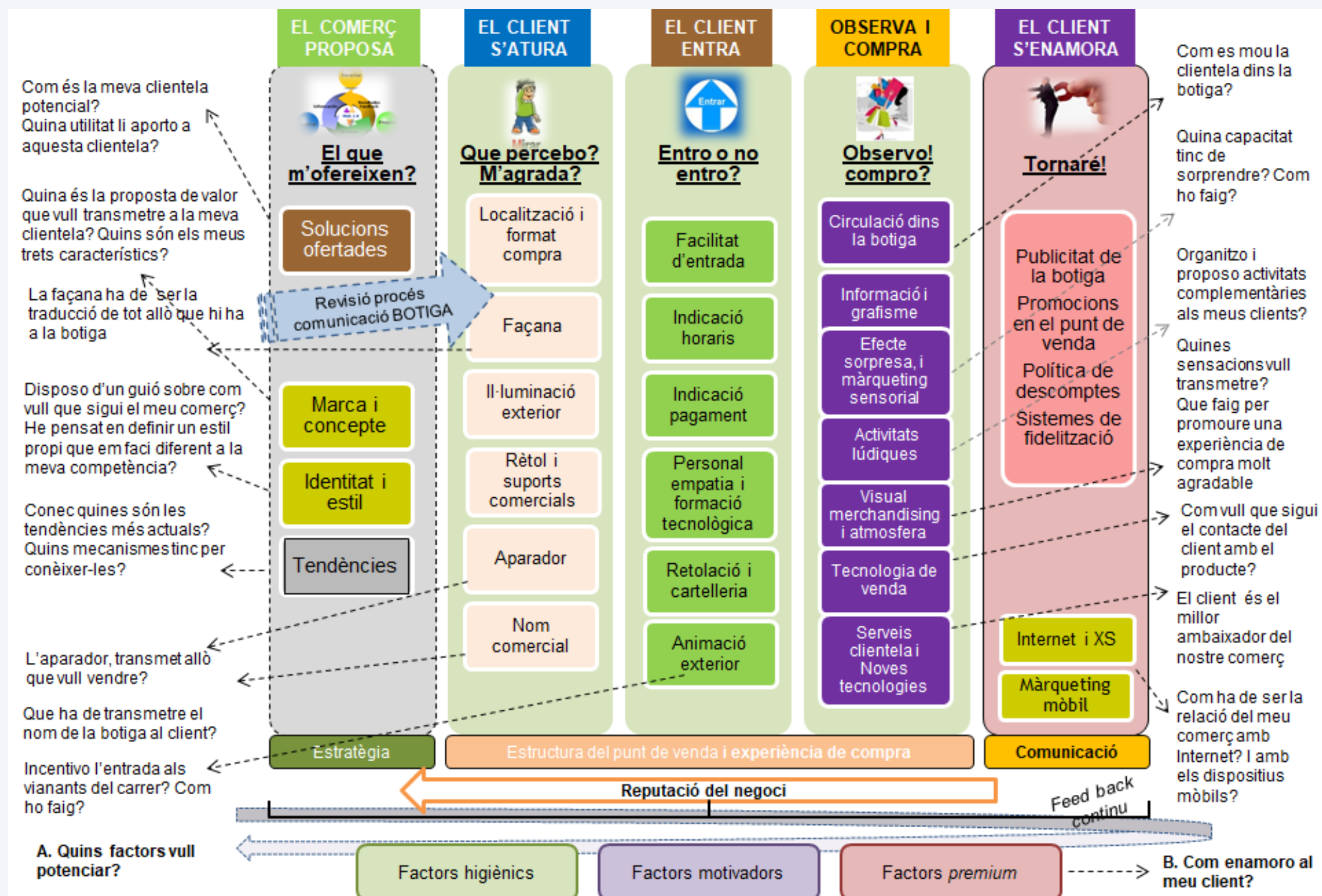


Disfrutem, recordem, i ... repetim i recomanem.



Decidim i comprem.

GESTIÓ INTERIOR DEL PUNT DE VENDA



Revisem i ens adaptem?

7

p's



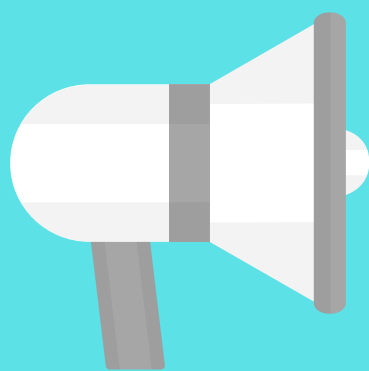
producte



precio



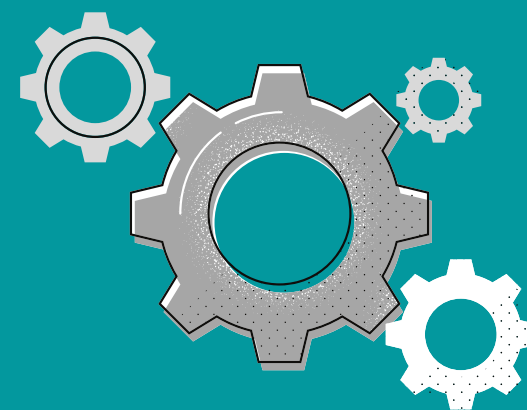
punto de venta



promoción



personas



procesos



physic

Passem a l'acció!



Objectiu



Ens situem



Elements d'acció



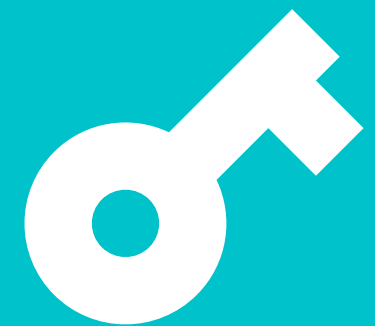
DE PRODUCTE
A **SOLUCIÓ**



DE PUNT DE VENTA
A **MULTIACCÉS**



DE PREU A
VALOR

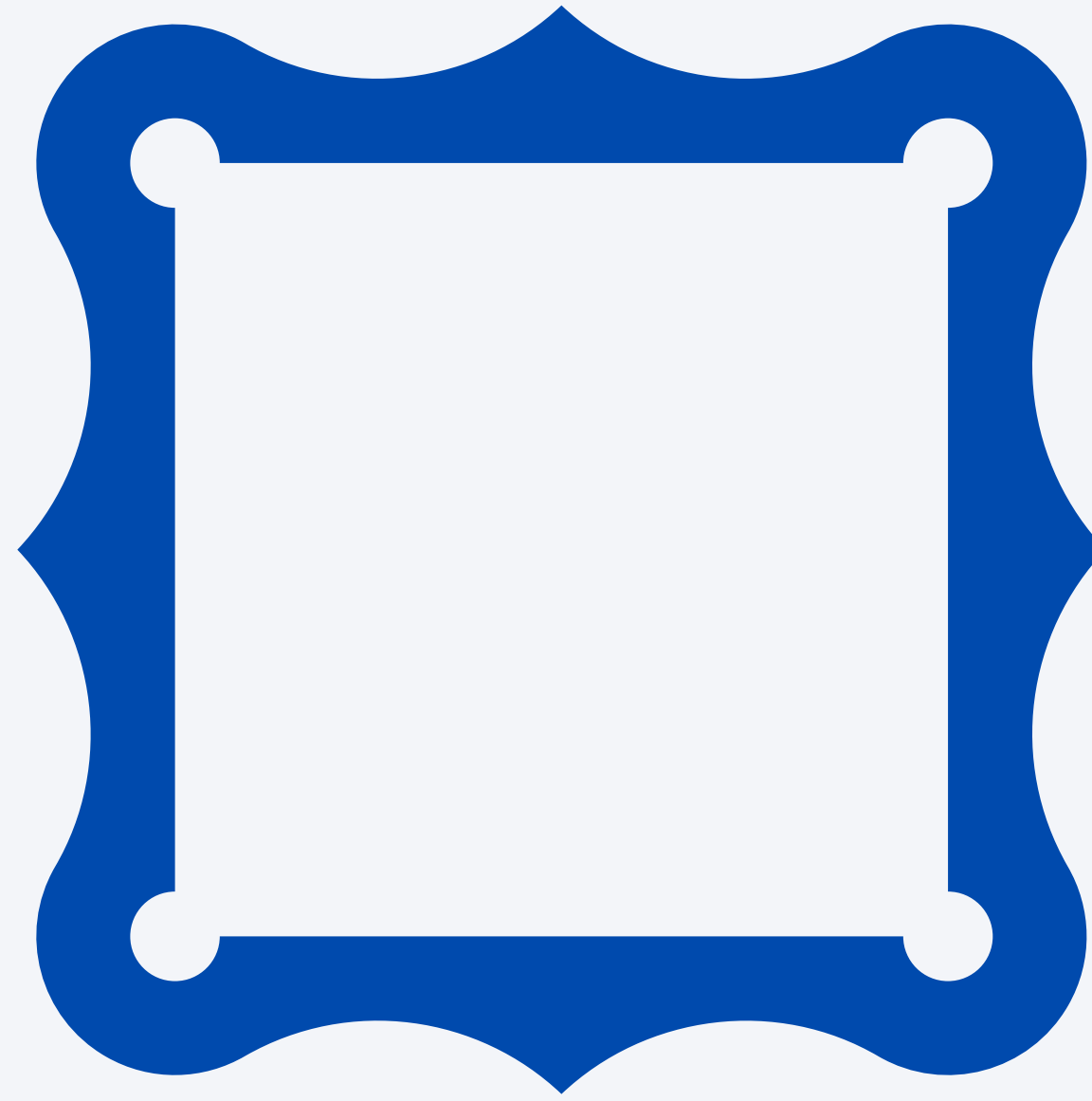


DE COMUNICAR
A **EMPATITZAR**

Ens definim,...

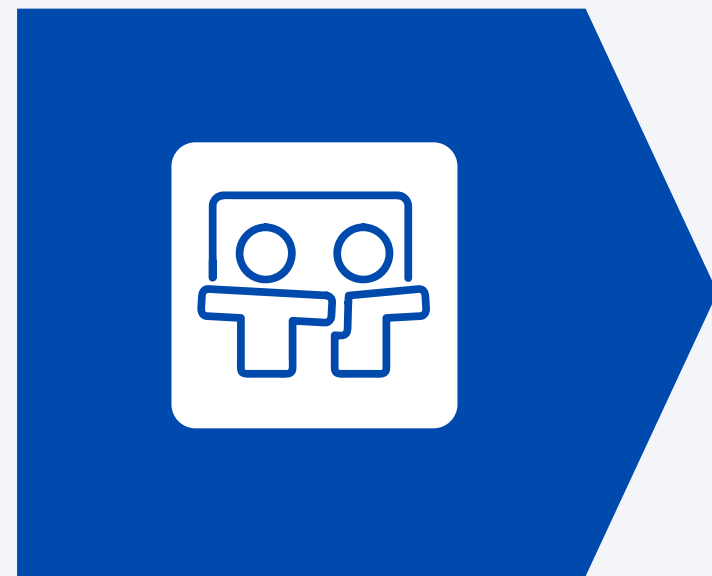
ACCÉS

SOLUCIÓ

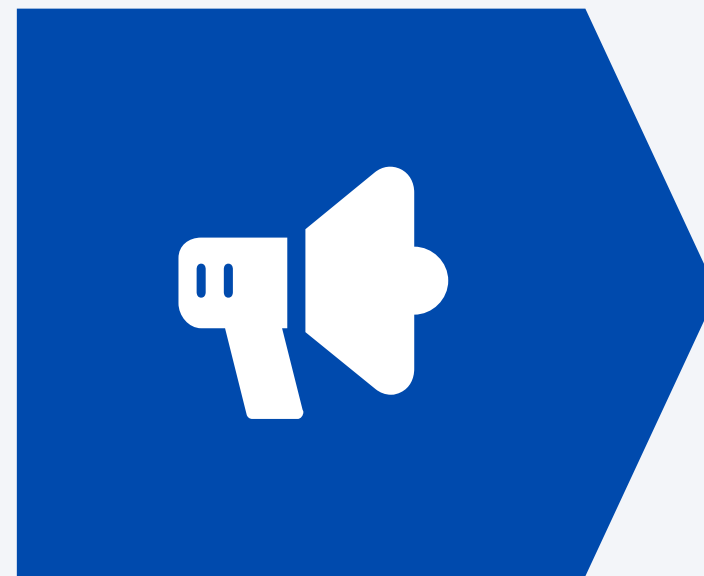


VALOR

EMPATIA



RESSETEJEM



RECONNECTEM



REINICIEM

Cada camí és únic

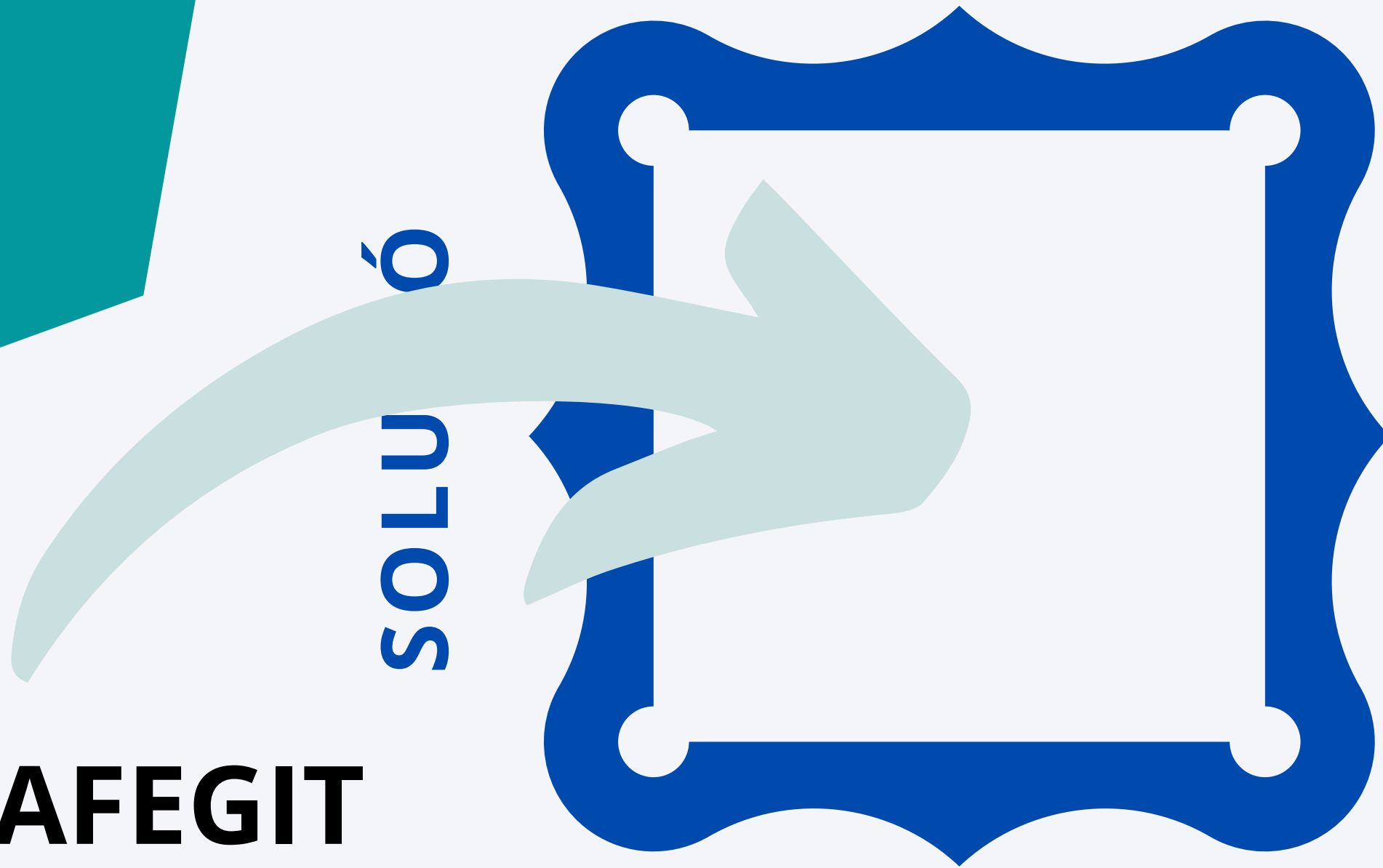
ACCÉS

VALOR

EMPATIA

ÒNTOLOGIA

VALOR AFEGIT





**No deixem de vendre,..
.. fem venta proactiva**

**Consisteix en conèixer als teus clients per
avançar-te a les seves necessitats, compartir-les i
que junts pugueu co-crear.**

Avantatges

- Alta interacció i coneixement del client.
- Esta a l'abast de tothom.
- No son necessàries grans inversions €.
- Permet a l'empresa una alta diferenciació.
- És flexible, s'adapta a qualsevol moment o negoci.
- Permet una millora contínua de la ma del client.
- Obre les portes a la innovació.

Desavantatges

- Exigeix una alta inversió en el temps.
- És complicat aprendre a conviure amb l'error.
- Incorporar l'autocrítica no es fàcil ni ràpid.
- Exigeix de compromís constant.

EN CONCLUSIÓ:

En moltes empreses, el percentatge d'accions pro-activas és molt baix o senzillament desconegut, el que significa que no generen nous negocis que no s'urgeixin fruit de la inèrcia. En canvi, quan posem els esforços en ser pro-actius, les vendes milloren.

Oriol López

DIFERENTS TIPS:

- 1. PENSA CADA DIA EN UN CLIENT (O SEGMENTO), DEDICA-HI UN TEMPS A PENSAR EN EXCLUSIVAMENT EN EL QUE LI INTERESSA.
- 2. COMPARTE FRECUENTEMENTE NUEVAS IDEAS, PRODUCTOS, O SERVICIOS DE MEJORA CON TUS CLIENTES.
- 3. IMPLICA A L'EQUIP PER A QUE PARTICIPIN EN LA GENERACIÓ DE NEGOCI, DES DE LOGÍSTICA FINS A COMERCIAL (ELS PROVEÏDORS TAMBÉ).
- 4. PARTICIPA ACTIVAMENT EN ENTITATS SECTORIALS, BUSCA LA RELACIÓ, NO EL NEGOCI.
- 5. COMPARTEIX EXPERIÈNCIES AMB CLIENTS DESTACATS.

- 6. NO VENGUIS, AJUDA.
- 7. DEMANA REFERENCIES SEMPRE QUE PARLIS AMB UN CLIENT SATISFET.
- 8. COMPARTEIX ELS RESULTATS QUE OBTINGUIN ELS TEUS CLIENTS.
- 9. DEMANA TESTIMONIS I COMPARTEIX-LOS.
- 10. CENTRAT EN PETITES MILLORES. ÉS PREFERIBLE DEU ACCIONS PROPERES QUE UNA GRAN INTENSIÓ.



11. INFORMA ALS TEUS CLIENTS DEL QUE POTS FER PER ELLS, NO DONIS PER SENTAT QUE HO SABEN.

12. ENSENYA ALS CLIENTS COMO UTILITZAR I APROFITAR MILLOR ELS TEUS PRODUCTES I/O SERVEIS.

13. OFEREIX SENSE ESPERAR RES A CANVI.

14. SIGUES DIRECTE AMB ELS CLIENTS, PENSA EN EL SEU TEMPS, I APORTA VALOR DES DE EL PRINCIPI SENSE ESPECULAR.

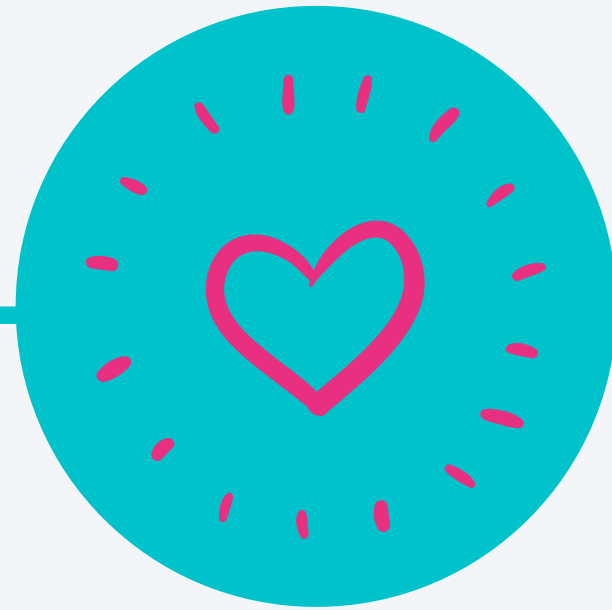
15. ELS ANTICS CLIENTS TAMBÉ SON POTENCIALS CLIENTS.

- 16. AGRAEIX LA CONFIANÇA ALS MILLORS CLIENTS I OFEREIX ALGO DE VALOR DE FORMA GRATUÏTA QUE PUGUI REFORÇAR LA VOSTRA RELACIÓ.
- 17. COMPARTEIX INFORMACIÓ RELLEVANT.
- 18. COMPARTEIX AMB L'EQUIP (O ESPAI SETMANAL A SOLES) ACCIONS CONCRETES A REALITZAR DINS LA PRÒXIMA SETMANA.
- 19. I SI NOMÉS POGUESSIS FER UNA SOLA COSA D'AQUESTES,.. QUE SIGUI LA QUE ET PERMETI ALIMENTAR UNA RELACIÓ AMB EL TEU CLIENT I ESTAR PRESENT.

PASSOS:



TENIR EL PERFIL
DEL COMPRADOR
CLAR.



PRIORITIZAR LA
RELACIÓ VS. EL
NEGOCIO.



AFEGIR VALOR
SEMPRE.



NO ESPERAR, I
ACTUAR.