

MARKETING | RELACIONAL

INTRODUCCIÓN

Muchas veces las reuniones de presupuestos de las empresas comienzan por preguntas como:

¿Por qué estamos perdiendo clientes? ¿Qué podemos hacer para atraer a más clientes?

¿Qué nos dicen nuestros clientes? La realidad es que una gran parte de las empresas deja en manos de la experiencia, del conocimiento acumulado a lo largo de los años y en manos de una cierta improvisación que impiden realizar análisis fiables sobre el comportamiento y la relación que los clientes tienen (o no) con nosotros.

Las Empresas tienen que convertirse en "clientecéntricas" donde todo comienza y acaba en el consumidor final NUESTRO CLIENTE.

MARKETING RELACIONAL



ACERCA DE  **IB**
 CONSULTING
 PARTNERS

Somos una Compañía Americana ubicada en la ciudad de Miami, orientada a la Consultoría y Acompañamiento Gerencial de Pequeñas y Medianas Empresas y al desarrollo y formación del equipo humano que las integran.

DESAFÍOS

Las compañías más exitosas han liderado sus mercados gracias a su capacidad para entender a sus clientes ser capaces de crear nuevos mercados y capturar, consecuentemente, nuevos clientes que las consolidan como las líderes de sus segmentos. El cliente por lo tanto se configura en el eje fundamental del desarrollo de las empresas más importantes de nuestro tiempo y esto se explica en función de:

1. A través del conocimiento profundo del cliente, podremos adecuar nuestros recursos y estrategias para innovar y ofrecer nuevos productos o servicios destinados a satisfacer sus necesidades.
2. Gracias a estas innovaciones, las empresas generarán un valor añadido que los clientes reconocerán y convertirán esos productos en grandes éxitos comerciales.
3. El cliente establece una nueva relación con la marca permitiendo una relación íntima y personal.
4. El resultado de esta estrategia, si se sostiene en el tiempo, es la fidelización del cliente y por consiguiente la generación de mayor ingreso para la empresa y el crecimiento neto.

SOLUCIÓN

IB Consulting Partners ofrece las siguientes soluciones:

1. Que busquen que las ventas sean de calidad y con permanencia en el tiempo.
2. Establecer mecanismos de comunicación permanente con los clientes.
3. Construcción de una cultura orientada al cliente y por el cliente.
4. Diseño de productos basados en las necesidades de los clientes.
5. Construcción de una cultura de calidad optimizando procesos, materias primas y reducción de costos pero sin pérdida de calidad del producto.

BENEFICIOS

- Fidelización de los clientes existentes y captura de nuevos de forma más fácil y menos costosa.
- Disminución de gastos de operación en el mediano plazo al implementar procesos de calidad continua dentro de la empresa.
- Organización enfocada al cliente.

CONTACTO: info@ibconsultingpartners.com