

Módulo Administración bases de clientes para Mayoristas en LATAM

Introducción

Este módulo está diseñado para ayudar a los mayoristas en LATAM a mejorar la administración de sus bases de clientes y, con ello, aumentar sus ventas. Dado que muchos mayoristas no cuentan con información detallada de sus clientes y no aprovechan su software de facturación para la gestión de datos, este contenido les proporcionará un enfoque práctico paso a paso.

Paso 1: Concienciación sobre la importancia de la administración de clientes

- Impacto de una base de clientes organizada en el crecimiento del negocio.
- Beneficios de conocer la tipología, tamaño y frecuencia de compra de los clientes.
- Cómo una buena administración mejora la fidelización y las ventas recurrentes.

Paso 2: Captura eficiente de datos sin afectar la experiencia del cliente

- Estrategias para recopilar información sin aumentar el tiempo de atención.
 - Solicitar datos clave durante la facturación sin fricción.
 - Incentivar a los clientes para que proporcionen información (descuentos, promociones, beneficios).
 - Datos esenciales a capturar: Nombre del negocio, ubicación, volumen de compras, frecuencia de compra.
-

Paso 3: Organización y segmentación de la base de clientes

- Creación de una estructura básica en el software existente o en hojas de cálculo.
 - Categorización de clientes según su volumen de compra y frecuencia.
 - Identificación de clientes con alto potencial de compra y clientes en riesgo de abandono.
-

Paso 4: Uso del software de facturación para administrar la base de clientes

- Cómo configurar el software para almacenar información clave.
- Generación de reportes básicos de clientes según compras.

- Creación de alertas para seguimiento de clientes frecuentes y ocasionales.
-

Paso 5: Acciones comerciales basadas en la información recolectada

- Estrategias para aumentar ventas:
 - Ofertas personalizadas según volumen de compra.
 - Programas de lealtad para clientes frecuentes.
 - Contacto proactivo con clientes en riesgo de abandono.
 - Creación de campañas de ventas dirigidas según segmentación.
-

Paso 6: Seguimiento y actualización de la base de clientes

- Implementación de revisiones periódicas para mantener la base de datos actualizada.
 - Uso de encuestas rápidas o llamadas para actualizar información clave.
 - Indicadores clave de gestión de clientes para medir mejoras.
-