

IPRAM

Nombre: Miledy Carolina Calderón
López

Grado: 4to. Administración de
Empresas

Curso: Mercadotecnia

PEM: Mayte Escobar

Ciclo Escolar: 2021.

Estrategias De
Riesgos

Estrategias De Reduccion Riesgo

La gente que se siente incómoda con los riesgos percibidos durante la etapa previa a la compra puede utilizar varios métodos para reducirlos. De hecho, es probable que usted ya ha probado algunas de las siguientes estrategias de reducción de riesgos antes de decidir la compra de un Servicio.

¿De que manera pueden los consumidores manejar el riesgo percibido?

- Buscar información de fuentes personales respetadas (familiares, amigos, compañeros).



- Confiar en una empresa que tiene buena reputación



- Pedir garantías



- Visitar las instalaciones del servicio o probar algunos aspectos de éste antes de comprarlo.



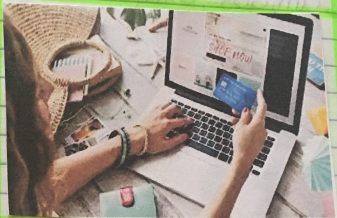
- Preguntar a empleados conocedores sobre los servicios de la competencia



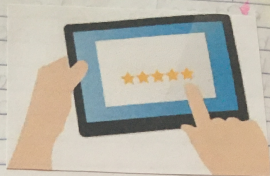
Examinar indicios tangibles u otras evidencias físicas



Usar internet para comparar ofertas de servicios y para buscar críticas y evaluaciones independientes



¿Cuales estrategias de reducción de riesgo pueden desarrollar los proveedores de Servicio?



- Ofrecen garantías De De Sempeño

- Otorgan garantías de devolución del dinero (o de repetir el servicio).



- Permiten que los clientes potenciales vean una presentación anticipada del servicio a través de folletos, sitios web y videos.



- Animar los clientes potenciales a visitar las instalaciones de servicio antes de la compra.



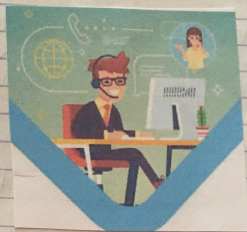
- Instituyen procedimientos de seguridad visibles



- Capacitan a los miembros del personal para que sean respetuosos y muestren empatía al tratar con los clientes.



- Proporcionan acceso las 24 horas del día, los siete días de la semana a través de una línea telefónica gratuita de un centro de Servicios al cliente o un sitio web informativo.



Comentario Personal

Las empresas que están bien manejadas trabajan duro para reducir el riesgo percibido al adquirir ciertos servicios, especialmente cuando estos son costosos y tienen resultados perdurables. Las estrategias varían de acuerdo con la naturaleza del servicio; y pueden incluir todas o algunas características.