

MercadoTecnica
II BLOQUE

INSTITUTO PRIVADO RAFAEL AREVALO MARTÍNEZ



Estudiante: Sheyla Rocío Alvarado García

Grado y Carrera: 5.to Admón

Catedrática: Mayte Escobar

Curso: Mercadotecnia II

Tarea #1



30-04-2021



Canal de Comunicación

Para persuadir a los
clientes


WhatsApp Business





Whatsapp

El proceso de ventas puede ser tan sencillo como complejo, como nosotros queramos elegir. Por ellos debemos ser proactivos y definir nuestras estrategias. Esta plataforma digital permite llegar al cliente desde cualquier lugar y cualquier momento.

Emplea Optimizar para ahorrar tiempo automatizando algunos mensajes como: bienvenidas, calificaciones de servicio o preguntas frecuentes. Ninguno de los clientes volverá a quedarse en visto. Gracias a esta función que permite responder sin demora a todas las solicitudes.

Emplea Centralizar para responder desde un solo lugar todas las solicitudes y mensajes de los clientes, sin importar de qué canal provengan como, por ejemplo: Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram, Live chat, Instagram y email en un mismo sitio.

Atendiendo las necesidades de los clientes no haremos esperar, respondiendo de forma ágil y efectiva todas las conversaciones. También responder cualquier tipo de solicitud en tiempo récord con nuestros chats rápidos o dividir al equipo por departamentos y eliminar las aburridas llamadas en espera.

Incrementar las ventas.

Generar más ventas facilitando la compra en línea y relación con los clientes ya que se mostrará una breve descripción de los productos o servicios. Aumentando la satisfacción de los mismos brindando un servicio rápido y oportuno.

Gmail

El e-mail marketing nos ofrece posibilidades infinitas y la clave está en experimentar y razonar qué contenido funciona con nuestros clientes.

Lo importante es escuchar las necesidades de nuestros clientes.

Por medio de email podemos lanzar diferentes tipos de mensajes: más persuasivos, informativos, de venta... y demostraremos el valor que representa la lealtad de nuestros clientes. Un enfoque fundamental del negocio es contar con apps que mejoren la creatividad y colaboración del equipo de trabajo, además de opciones avanzadas de seguridad, para respaldar la información que se intercambia y la confiabilidad. Un dominio propio influye en la percepción que pueden tener los clientes o público respecto a la profesionalidad, por ello utilizamos herramientas que demuestren la ética de nuestra empresa.

En todo momento la comunicación se tendrá con el cliente, gracias a la configuración de respuesta rápida y automática,

Es un medio muy rápido de gran relevancia por las funciones que permiten que el cliente analice a través de cada correo o publicidad enviada la calidad que ofrecemos de servicio o producto. Esto abre camino a seguir innovando ya que también nos pueden enviar correos sobre sugerencias o quejas o cualquier tipo de inconveniente que durante el proceso de compra resulte mal.

También se empleará para enviar facturas, cotizaciones entre otros a los clientes. Para asegurar al cliente que invertirá en algo a su favor y sienta que el intercambio compra-venta sea justo y equitativo.

Facebook for business

Atraer al público y entablar comunicación online

Aumentar presencia online para mejorar el reconocimiento de la empresa. Facebook permite que más personas descubran lo que realiza la empresa y piensen en la marca a la hora de comprar.

Actualizar la página de Facebook o el perfil de empresa de WhatsApp con la dirección, horario comercial e información de contacto para que las personas puedan comunicarse y visitar la tienda. Y así estimular las ventas locales y generar presencia de la empresa.

Lograr que las personas puedan obtener información más fácilmente sobre los productos o servicios para aumentar los clientes potenciales. Emplear los anuncios para clientes potenciales de Facebook a fin de permitir que los clientes interesados se presenten.

Facebook ofrece varios métodos para que las empresas envíen mensajes a los clientes y se conecten de manera más personal con ellos. Desde conversaciones individuales hasta transmisiones en vivo para llegar a una comunidad más grande, así que podemos elegir el método para dirigirse a nuestros clientes que mejor se adapte a la empresa.

Medir el rendimiento

Permite obtener estadísticas sobre las imágenes y los mensajes que causaron mayor impacto en el público, y acceder a más información sobre las personas a las que se llegó con los anuncios.

Adquirir más personas y convertirlos en los clientes a través de las conversaciones.