



El podcast de “PrestAyuda vende más y más rápido” con Gert Mellak.

Sesión #028

Transcripción:

Bienvenido al Podcast de **PrestAyuda.com**, donde te ayudamos con tu tienda de Prestashop y te enseñamos como vender más y más rápido.

Bienvenidos a todos al **podcast** de **prestayuda.com**, episodio 28. Soy Gert Mellak, el fundador de prestayuda.com, y me alegro muchísimo que estés escuchando este podcast. Si en algún momento se te ocurre un tema que crees que podríamos tratar aquí, envíanos un e-mail a info@prestayuda.com e intentaremos hacer lo posible.

Hace 2 años pensé que todas aquellas tiendas de **PrestaShop** que hubo por ahí, seguramente de vez en cuando necesitaban la ayuda profesional de un informático. Monté PrestAyuda, y desde entonces no hemos parado.

¿Por qué te cuento esto?

Porque me gustaría daros las gracias a todos los que habéis confiado en PrestAyuda y nuestro equipo durante todo este tiempo. Sé que muchos de vosotros estáis escuchando este podcast. Es la confianza vuestra que nos hace crecer cada año un poquito, y lo que nos motiva para mejorar cada día más el servicio de atención que estamos prestando. **iMuchísimas gracias, de corazón!**

No voy a hablar hoy sólo de PrestAyuda. También quiero que aprendas algo en este episodio.

Si te acuerdas de la **fórmula de beneficios** - en su día hicimos un webinar sobre ello - la frecuencia de compra forma una parte importante a la hora de subir los ingresos.

Para los que no pudieron asistir, en la transcripción de este podcast os dejaré un enlace a un excel gratuito que os podéis bajar y aplicar la fórmula hoy mismo.

[ENLACE A EXCEL GRATUITO](#)

Como he dicho antes, una parte importante de calcular los ingresos de una tienda es la frecuencia de compra.

¿Cuántas veces compra un determinado cliente dentro de un tiempo?

Si soy un supermercado online y el pedido medio, a lo mejor, es de 80 euros. Consiguiendo que el cliente repita significa muchísimo para mí, ya que cada vez que viene se gastará alrededor de esta suma.

Si mis productos son de comprarlos una vez y no volver nunca, igual es hora de pensárselo de nuevo y ampliar o cambiar la gama de productos. **Lo que de verdad interesa es fidelizar** y que los clientes vuelvan.

¿Cómo puedo fidelizar a los clientes?

Muy fácil: mostrando que te importan.

¿Cómo mostrar que un cliente me importa?

Pues, asegurando que todo su viaje, desde conocerle, hasta elegir su producto, el proceso de pedido, el pago, la entrega del producto, la información por email que el producto ha sido enviado, el embalaje... Todo, todo, todo tiene que dar la sensación de que tu marca está pensando en sus clientes. Comprar en tu tienda tiene que ser lo más agradable y bonito que hay.

A mí personalmente no me gusta ir a comprar al super, por lo que cuando me acuerde a tiempo hago la compra en un supermercado online.

¿Sabes qué hacen allí?

Un seguimiento perfecto del cliente.

Saben perfectamente lo que he añadido al carrito y lo que he vuelto a sacar. Saben cuando quería pedir más unidades y no las tenían.

He hecho como 6 u 8 compras allí, hasta ahora. Y al menos 4 veces me han llamado para preguntarme qué tal, que cómo podrían mejorar, etc.

Además, me han llamado cuando les sugerí productos que me faltaban en su gama, avisándome de que, por un lado, ya disponían de él. Y por otro lado, que me habían dejado de regalo uno preparado en mi carrito de compras.

Son cosas así que sienten bien. Se ve que se gastan el dinero en un Call Center que hace que los clientes se sientan a gusto con su supermercado online.

¿Qué te cuesta llamar todos los días a uno de tus clientes y preguntarle qué tal su experiencia con tu tienda?

Si le faltaba algo, si buscaba algo y no lo encontraba. Si lo haces, estarás hablando con tus clientes, con gente que ya te ha dado su confianza para comprar una vez, por lo menos. Y hay que conseguir que repitan como sea, buscando el contacto y fomentando esta confianza que te han dado en su primer pedido.

También es una forma mostrar agradecimiento, lo que más me gusta es cuando una tienda online lo hace con el **envío del producto**. Claro que podrías embalar rápidamente el pedido y meterlo en la primera caja que pillas y enviarla. Pero también puedes añadir una nota, escrita a mano, que ponga:

- **“Muchas gracias por tu pedido. Espero que lo disfrutes. Y muchas gracias por comprar en mi tienda online”.** Firmando con tu nombre.

Son estos pequeños detalles los que muchas veces crean una sensación de seguridad y personalidad, y hacen que el cliente quiera volver a comprar en el mismo sitio.



El envío, en general, es algo que se utiliza muy poco para la fidelización, ahora mismo. En uno de los siguientes podcast hablaremos sobre **cómo optimizar la entrega del producto** para mejorar este aspecto especialmente.

Si tienes una forma especial de mostrarles tu agradecimiento a los clientes de tu tienda, compártelo en prestayuda.com/podcast/episodio28 para que toda la comunidad puede opinar y pueda ver cómo lo haces.

Si te ha gustado este podcast, te agradecería un montón que buscaras en iTunes el podcast de prestayuda.com y valorar allí con estrellas y comentario nuestros episodios. Nos dará más visibilidad y podremos ayudar a más gente.

Soy Gert Mellak. **iMuchas gracias!**