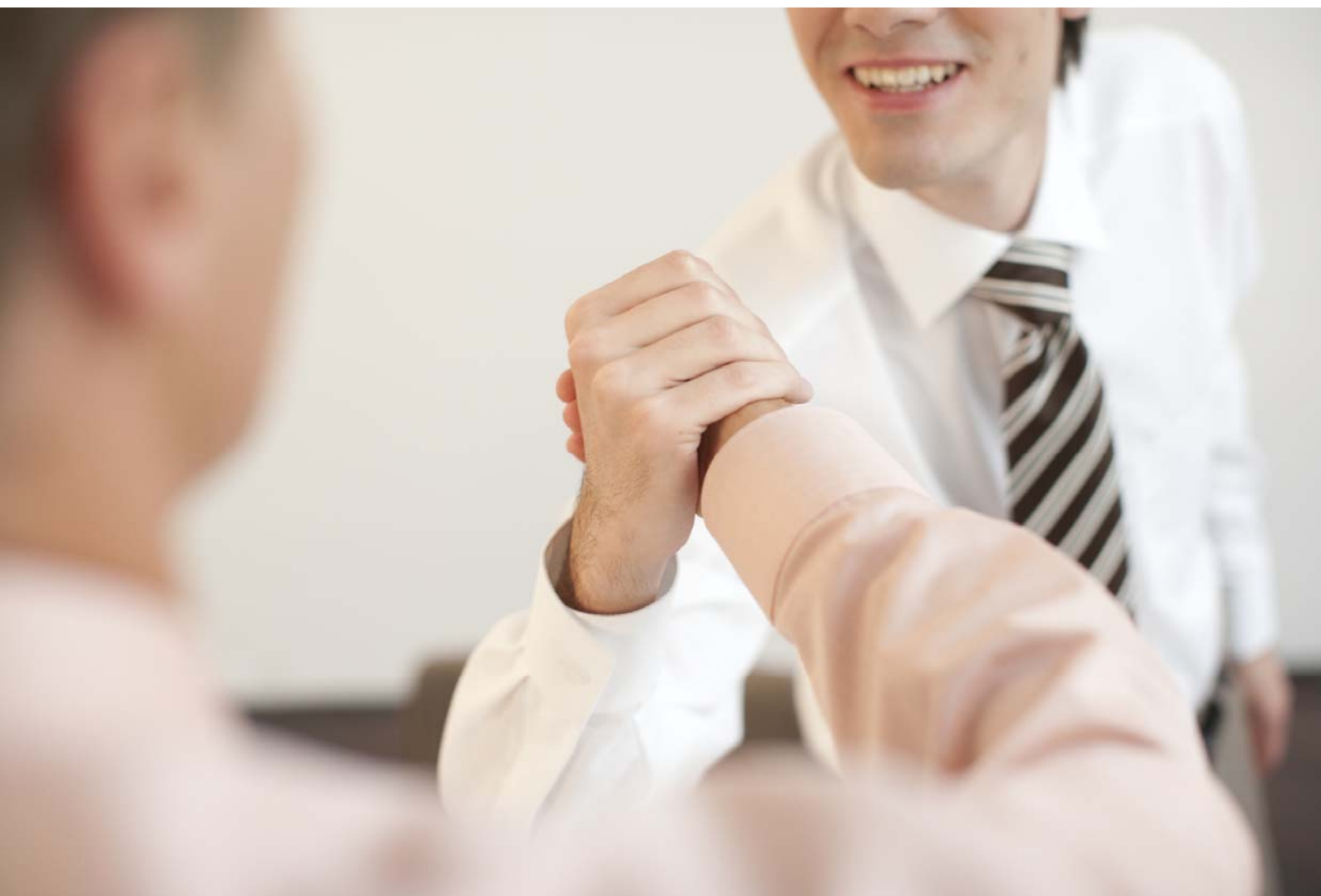


DM-Consigli

Come rendere e mantenere fedeli i clienti



La fedeltà dei clienti contribuisce in modo essenziale al successo duraturo di un'azienda. Se oltre a concentrarvi sulle vostre prestazioni di marketing , raggiungete i clienti anche da un punto di vista emotivo, siete sulla buona strada. In questa sezione abbiamo riassunto per voi le nozioni principali che, oltre a rendere fedeli i vostri clienti, vi consentiranno di mantenerli tali.

17 consigli per salvaguardare la fedeltà dei vostri clienti

1. **Collaboratori fedeli:** create per i vostri clienti un ambiente motivante. Impiegare collaboratori appassionati è la miglior premessa per avere dei clienti entusiasti!
2. **Formazione dei collaboratori:** formate tutti i vostri collaboratori a contatto diretto con i clienti affinché il loro servizio sia cordiale e mostrino disponibilità ad aiutare. Il concetto di assistenza deve sempre essere presente e vissuto.
3. **Orientamento al cliente:** l'orientamento al cliente deve diventare parte della filosofia aziendale e il cliente, con le sue esigenze, deve essere al centro delle vostre attività. Se necessario, adattate processi e infrastrutture al vostro nuovo orientamento. E ricordate che vale la pena prendere in considerazione anche i desideri sui contatti pubblicitari!
4. **Sfruttate attivamente le conoscenze:** con un'infrastruttura adatta fate in modo che i vostri collaboratori possano richiedere in tempo reale le informazioni sui clienti riuscendo poi ad interagire con loro con competenza.
5. **Buona qualità:** il cliente acquisterà nuovamente da voi solo quando la qualità o il rapporto qualità-prezzo sono giusti.
6. **Offrite valore aggiunto:** offrite ai vostri clienti un valore aggiunto sotto forma di servizi gratis come ad esempio un servizio telefonico di consulenza gratuita, dei buoni sconto o regalo, suggerimenti, corsi ed altro. Si richiede creatività!
7. **Mostrate considerazione:** ogni tanto sorprendete i vostri clienti con delle piccole cose. Può trattarsi di una rosa, un dolcetto o un piccolo omaggio pubblicitario. Attraverso questi piccoli regali i vostri clienti si sentiranno considerati e saranno realmente entusiasti.
8. **Donate esperienze:** donate ai vostri clienti migliori esperienze particolari, ricambiando in tal modo la loro fedeltà. Invitateli ad esempio a degustazioni, sfilate di moda o altri eventi.
9. **Trattamento privilegiato:** informate prima degli altri i vostri buoni clienti su eventuali svendite, garantitegli degli sconti fedeltà o invitateli a un incontro tecnico.
10. **Regalo di compleanno:** per il loro compleanno inviate ai vostri clienti un regalo o una piccola sorpresa.
11. **Ringraziamento dopo l'acquisto:** ringraziate gli acquisti maggiori con una piccola attenzione e prestate il vostro supporto in caso di domande.
12. **Reclami:** anche dopo l'acquisto prestate un buon servizio. I clienti che in caso di reclami trovano un interlocutore attento, vengono risarciti generosamente e ricevono risposte cortesi e competenti alle loro domande sui prodotti , restano fedeli più a lungo.
13. **Marketing della segnalazione:** chiedete ai vostri clienti di segnalarvi. È importante che anche i clienti che vi suggeriscono a conoscenti ne traggano un'utilità.
14. **Basarsi su dati e comunicare individualmente:** analizzate il comportamento dei vostri clienti e adattate le vostre misure di comunicazione ai risultati delle analisi. In tal senso potete sottoporre ai vostri clienti a rischio un'offerta particolarmente allettante, inviare spesso comunicazioni scritte o proporre offerte mirate di cross-selling ed up-selling ai clienti che possono essere ulteriormente sviluppati. In questo modo oltre ad aumentare le possibilità di successo della vostra pubblicità, avrete dei clienti contenti di ricevere delle offerte che rispecchiano le loro esigenze.
15. **Programmi di fidelizzazione:** per creare un rapporto ottimale con i clienti principali da un punto di vista del fatturato, sono adatti, a seconda del settore, anche dei programmi di fidelizzazione come i club per i clienti, le carte clienti, i programmi bonus e la distribuzione di buoni sconto, nota come couponing.
16. **Nessun svantaggio per i clienti:** essere cliente non può avere degli svantaggi. Delle misure di acquisizione dei clienti aggressive potrebbero indisporre i clienti originari. Assicuratevi dunque che anche i vostri clienti esistenti possano approfittare delle stesse offerte attrattive.
17. **Rivista per i clienti/newsletter:** informate i vostri clienti regolarmente su prodotti nuovi e notizie dalla vostra società. Sono contenuti apprezzati anche suggerimenti ed altre utili informazioni sulla vostra offerta, esempi di prezzi e interviste con i clienti o campioni del settore.

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint