

Lo que el cliente esconde

La teoría nos dice que el cliente siempre lleva razón y, como tal, debe ser el centro de nuestra estrategia de marketing. En la práctica, en cambio, no siempre se cumple con esta premisa, dejando al cliente en un segundo plano frente a otros menesteres. Obviamente, estaríamos ante un error que, aunque parezca mentira, ocurre muy a menudo.

Pero... ¿Por qué es tan importante el cliente para desarrollar una estrategia de marketing eficaz? Señalamos principalmente cuatro razones que van a explicar por qué las empresas han de emprender una estrategia totalmente orientada al cliente.

ES LA FUENTE DE INFORMACIÓN MÁS PRECIADA

Quién mejor que el cliente para brindarnos la mejor información. A través de él podemos saber sus gustos, necesidades, inquietudes lo que estaría dispuesto a comprar o lo que no. Además, podemos anticiparnos a las nuevas tendencias del mercado ofreciendo un producto altamente competitivo que satisfaga sus futuras necesidades.

NOS DARÁ LAS PISTAS QUE NECESITAMOS CONOCER

Él mejor que nadie nos va a decir si lo estamos haciendo bien o mal. Sus quejas o felicitaciones nos indicarán en gran medida la imagen que tenemos en el mercado, la reputación y el valor de marca y esto nos permitirá mejorar nuestra relación con él.

MARCARÁ LA ESTRATEGIA DE MARKETING MIX

A partir de aquí, y analizando correctamente esta cantidad de información, podemos emprender una estrategia de marketing mix más arraigada al cliente. Nos sirve, en definitiva, para orientar el producto y la comunicación a las características del cliente a fin de conquistarlo.

EL BOCA A BOCA ES MÁS PODEROSO QUE NUNCA

Ya sabemos que el boca a boca ha sido una de los factores de mayor influencia. Ahora, con el desarrollo de la tecnología, concretamente con la aparición de las redes sociales, las opiniones sobre un determinado producto o servicio se viralizan y adquieren una visibilidad que de otra manera no tendrían. Este hecho es obviamente un arma de doble filo ya que los comentarios negativos no son nunca fáciles de gestionar. En cualquier caso, hay que cuidar al cliente y orientar la estrategia de comunicación a este ya que hoy en día son el altavoz abierto a millones de usuarios. No olvidemos,

pues, que un cliente satisfecho se convierte en el mejor vendedor.

Datos de contacto:

Déborah Rueda

Responsable de Comunicación

91 593 15 45

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>