

**komax** 

**komax** K

La confianza como  
gancho comercial.

# RACIONAL.

Cuando tenemos confianza con una persona, servicio o marca, nos sentimos muy seguros como clientes y sin pensarlo demasiado acudimos a alguno de ellos.



# ¿Por qué nuestros clientes confían en nosotros?

Experiencia de compra.

Consideración en momentos importantes.

Calidad del producto.

Por lo que me han dicho (Boca a Boca).





# El fracaso, visto como oportunidad.

Ejemplo 1: Cyber 2017.

Vendimos mas de lo que podíamos gestionar.

Dañamos la confianza del cliente.

Prudencia al momento de prometer.

Volver a ganar la confianza, poniéndola  
como promesa.

# El fracaso, visto como oportunidad.

## Ejemplo 2: Despacho desde tiendas 2018.

Imposibilidad de juntar pedidos de 2 tiendas.

Cancelar envío de menor valor.

Pérdida de confianza a clientes que no le cumplíamos

No seguir vendiendo, hasta solucionar el problema....perder venta, para ganar confianza



# Actualizando la confianza y la experiencia.

Si bien, la experiencia y la confianza con el cliente siempre han estado, la digitalización de la relación Cliente/Marca, nos obliga a generarla en más lugares, ya que las instancias de contacto han cambiado.





# Ecommerce / Omnicanalidad de confianza.

Mejorar Información del producto.

Mejorar la atención.

Información después del pago

Midiendo la confianza (NPS).



**komax** K

kipling

GAP

BANANA REPUBLIC

Birds  
Birds

POLO  
RALPH LAUREN

UGG

Andesgear

Streets  
OUTDOOR

DC

KOSTUMO

MAMMUT

Marmot  
FOR LIFE

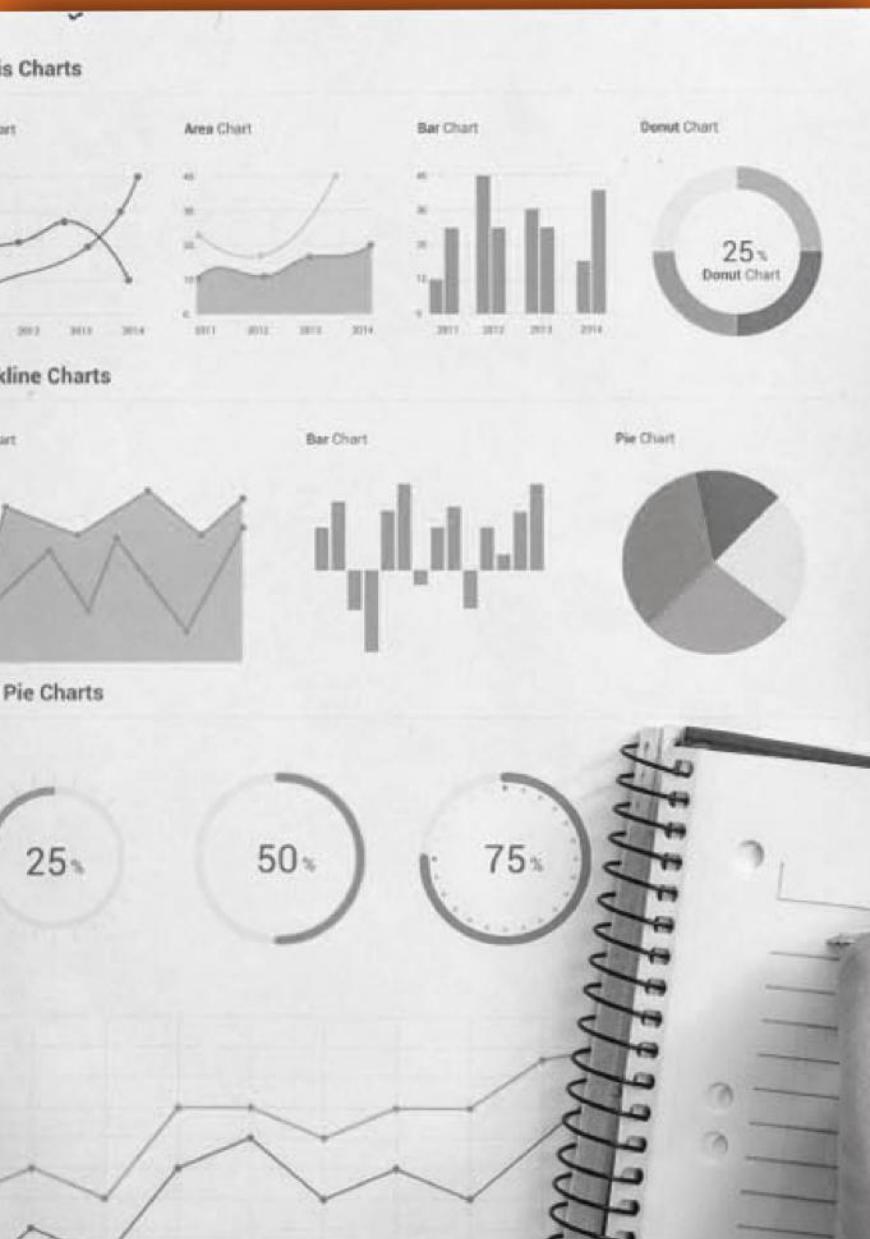
kliper.ai  
surprise!

kavul  
THE  
WORLD

THE  
NORTH  
FACE

Pero, la confianza  
debe seguir  
avanzando.





Tratamiento de  
datos del cliente.

Relación entre los  
colaboradores.

Cuidado del  
medioambiente.



**Tener grandes marcas, implica una gran responsabilidad y el cliente nos exige estar a la altura.**

**komax** 