

¡Toca y guárdalo! > ● ● ●

LO QUE REALMENTE IMPORTA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE B2B

Descubre cómo mejorar la CX B2B 



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

¿LOS CLIENTES B2B ESTÁN ESPERANDO VIVIR UNA EXPERIENCIA EMOCIONALMENTE POSITIVA?



MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

PRIMERO VEAMOS,

UNA EMPRESA CONTRATA A OTRA PARA:

1. Que le resuelva un problema
2. Que le haga algo que no está a su alcance
3. Aligerar su operación
4. Ser más eficiente
5. Cumplir con lo que se comprometió

Todo esto tiene que ver con una sola cosa →

¡ASÍ ES!

LOGRAR LOS OBJETIVOS DEL NEGOCIO

Y por eso **a una empresa no le sirve solo una experiencia agradable, mágica o divertida.**
Porque **eso no es lo más importante.**

¿Y entonces, que los clientes B2B vivan experiencias emocionalmente negativas?

NO, TAMPOCO. TE EXPLICO →

Decir lo más importante no quiere decir lo único, es una cuestión de priorización.

**LA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE B2B SE DEBE
ENFOCAR EN QUE EL
CLIENTE LOGRE SUS
OBJETIVOS.**



MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

**Cuanto mejores sean los
resultados del cliente,
mejor será su experiencia.**

**MÁS EXITOSO SERÁ
Y SE SENTIRÁ.**



MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

¿Y CÓMO HACER QUE MIS CLIENTES B2B SEAN MÁS EXITOSOS?



MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

PRIMERO,

**HAY DOS TIPOS
DE ÉXITO:**

1. El éxito objetivo
2. El éxito subjetivo o
sensación de logro

¿En qué consisten? →

1. Éxito objetivo

Es la **medida en que se alcanzan los resultados que se propuso obtener el cliente**. Un cliente es exitoso (objetivamente) si sus resultados alcanzan (o sobrepasan) un umbral que él mismo definió.

Ejemplo:

Un cliente que requiere cumplir con 95% de entregas a tiempo y contrata un servicio de transporte de mercancías con el que logra un cumplimiento del 97% de entregas a tiempo, es exitoso.

2. Éxito subjetivo o sensación de logro

Es la “**medida**” de qué tanto el **cliente se siente exitoso**. Un cliente se siente exitoso (subjetivamente) al considerar que lo que ha logrado es suficiente o supera sus expectativas.

Ejemplo:

Un cliente que espera del proveedor que sea cumplido y responsable, contrata un servicio de transporte de mercancías con el que siente que “le va muy bien”, que cumple con casi la totalidad de las entregas a tiempo y raramente ha habido retrasos.

**PERO ENTONCES,
¿QUÉ HACER PARA QUE
MIS CLIENTES B2B
SEAN Y SE SIENTAN
MÁS EXITOSOS?**

Sí, ya voy →

1. Para que SEA más exitoso

Tienes que **prestar muy bien el servicio** que contrató el cliente e **involucrar al cliente para que su parte se ejecute bien** (ningún servicio depende enteramente del prestador).

Además, el cliente **tiene que contar con los indicadores** que le permiten saber qué tanto alcanza los resultados.

2. Para que se SIENTA más exitoso

Tienes que **acompañarlo, enseñarle, atenderle sus dudas,** hacerle saber que estás ahí y estás haciendo lo mejor por el desempeño de su negocio.

Necesitas también mantenerlo informado. **Suministrarle la información completa, oportuna y fluida.**

RECOMENDACIÓN

ACOMPaña AL CLIENTE.

Si el cliente no siente tu compañía, sentirá que es más difícil lograrlo solo y que podrá fracasar.

Para eso te contrató a ti, no lo abandones.

¡Toca y guárdalo! > ● ● ●

¿LO ENCONTRASTE ÚTIL?

Sígueme para descubrir cómo ir más allá de la experiencia



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA