

4 estrategias de atención al cliente de la mano de tu inventario durante el Buen Fin, Black Friday y Cyber Monday

- *Noviembre está marcado en el calendario como un mes clave para las ventas, pues hitos como el Buen Fin, Black Friday y Cyber Monday, representan una gran oportunidad de crecimiento para las empresas .*
- *Tan sólo este año se estima una derrama económica de 141 mil millones de pesos en el país, por lo que varias empresas ya preparan sus mejores estrategias de atención al cliente para esta temporada de ofertas.*

Ciudad de México a 13 de noviembre de 2023.- Los grandes descuentos y promociones están a la vuelta de la esquina, por ello muchas empresas desarrollan campañas atractivas para los clientes durante fechas especiales como el [Buen Fin 2023](#), donde optimizar la atención al cliente se vuelve crucial, con el fin de incrementar las oportunidades de venta.

Del 17 al 20 de noviembre, las empresas *online* y físicas deben evaluar y alistar sus negocios para brindar un servicio rápido y eficiente, pues experimentaran un aumento considerable en cuanto a consultas y pedidos. De acuerdo con [cifras](#) recientes, se espera una derrama económica de 141 mil millones de pesos. Además, un [estudio](#) de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) calcula que 8 de cada 10 internautas tienen pensado adquirir algún producto y/o servicio durante estas fechas.

“Sin duda, la constante evolución del comercio electrónico en el país y el boom que vivimos actualmente en este sector, se traduce en desafíos cruciales para las empresas, pues aprovechar de mejor manera estos canales en momentos clave como el Buen Fin se traduce en mayores ventas. De ahí la importancia de tener la cartera de servicios optimizada, la identificación de la rotación de inventario que podemos incluir en la estrategia comercial. Y es que una buena experiencia para los clientes siempre debe ser una prioridad, pues representa un diferenciador que se traduce en un repunte del mismo negocio”, explicó **Ángeles Flores, Gerente de Mercado de [CONTPAQi®](#)**, la compañía líder en el desarrollo de *software* empresarial y contable.

Con esto en mente, el experto comparte 4 estrategias de atención al cliente a implementar durante este mes dorado de ventas:

1. Contar con canales de comunicación eficientes

Los canales de comunicación se han convertido en un elemento importante para el desarrollo del comercio electrónico, pues en los últimos 3 años y a raíz de la pandemia, el 45% de los [usuarios](#) de internet en México se han acostumbrado a las compras *online*. Además, es normal que los clientes utilicen diversas vías de comunicación durante su proceso de compra, ya que pueden comparar y valorar precios en varios sitios antes de decidir una compra.

El objetivo de canales como los chats en vivo, correos electrónicos y redes sociales, tienen como tarea brindar respuestas rápidas y personalizadas a las consultas y problemáticas de los usuarios, esto para asegurar una atención ágil y eficiente. Con ello se genera así una imagen de compromiso y seriedad hacia los consumidores.

2. Capacitar al personal de atención al cliente

Un asesoramiento adecuado en relación a un producto o servicio ofrecido es fundamental en el *ecommerce*. La forma en que el personal llega a orientar a los clientes debe ser la adecuada, cumpliendo siempre con cubrir las exigencias y dudas que llegue a tener el comprador, además de ser una manera de diferenciarse entre sus competidores.

Una mala experiencia en atención al cliente puede repercutir en la pérdida de credibilidad e ingresos para las empresas. De hecho, una encuesta realizada por la Global Consumer Insights Survey de PwC, señala que el 51% de los [consumidores](#) valora más al personal bien capacitado al momento de brindar información, que el precio de un producto o servicio.

3. Cumplir con el tiempo de entrega

El cumplimiento en la entrega de pedidos es una parte esencial para las empresas durante el Buen Fin y otras jornadas de venta, esto desde que se realiza una compra, hasta que el pedido llega a manos del comprador. Según un [informe](#), el 17% de los compradores abandonan su carrito de compra debido a que el tiempo de envío es muy largo o no se muestra información de forma específica sobre los artículos pedidos.

Ante esta situación, las empresas deben mantener un control y conocimiento de los pedidos durante este proceso de logística, garantizar el correcto funcionamiento de almacenamiento y seguridad de los productos. Así como el cumplimiento con los plazos de entrega estipulados, para garantizar una buena experiencia y ganar en términos de confianza.

4. Adoptar una plataforma ideal para identificar la rotación de inventarios

Para los negocios digitales emergentes, como lo son las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME´s), momentos como el Buen Fin, Black Friday y Cyber Monday representan una bocanada de oxígeno de cara al fin de año. Así, una buena manera de incrementar su presencia digital, anticiparse y estar mejor preparados es de la mano de soluciones tecnológicas innovadoras y pensadas para el *ecommerce*.

Un ejemplo de ello es la plataforma CONTPAQi® Comercial Premium de CONTPAQi, la cual ofrece beneficios a las MiPyME´s, como la administración de inventario para tener visibilidad de las existencias, el movimiento de mercancías y el seguimiento de los productos en tiempo real. Todo ello es clave para reducir el riesgo de pérdidas., al tiempo que los reportes permiten poder tomar decisiones informadas y poder mover inventario con baja rotación en estas fechas.

Asimismo, para aquellas empresas que facturen productos o servicios y quieran tener visibilidad de los productos más vendidos, cuentas por cobrar, ventas en el año, mes y día de una forma muy práctica, existe CONTPAQi® Vende, un aliado sencillo y fácil de usar, con grandes beneficios.

En conclusión, el éxito en estas fechas clave no solo radica en ofrecer descuentos atractivos, sino en la capacidad de brindar una atención al cliente excepcional, lo que marcará la diferencia entre una venta exitosa y la pérdida de oportunidades. La clave es la sinergia entre la tecnología, el servicio al cliente y la eficiencia digital para garantizar una experiencia de compra satisfactoria que impulse las ventas y fomente la lealtad del consumidor. Sin duda, el servicio al cliente es el Rey Midas de las ventas durante esta temporada.

-oOo-

Acerca de CONTPAQi®

CONTPAQi® es la compañía líder en el desarrollo de *software* empresarial y contable que atiende los procesos de contabilidad, administración, facturación, nómina, viáticos de las empresas mexicanas en crecimiento con el objetivo de desarrollarlas y fortalecerlas en la digitalización de sus procesos. Con sede en Guadalajara, Jalisco, CONTPAQi® surgió en 1984, como la primera empresa de *software* empresarial 100% mexicana que revolucionó los procesos contables, por lo que se ha posicionado como el *software* favorito de los contadores. Por más de 39 años, CONTPAQi® ha sido un aliado estratégico para las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) a nivel nacional; la compañía está comprometida permanentemente con sus más de 6 mil Socios de Negocios y con sus más de 1 millón 200 mil empresas usuarias en brindar más de 15 herramientas tecnológicas. CONTPAQi® es una opción confiable, centrada totalmente en el cliente, respaldada en sus capacidades tecnológicas y reconocida como referente fiscal, ya que es el Proveedor Autorizado



Certificado (PAC) por el SAT número 1, que timbra a más de 1 millón 300 mil contribuyentes en México. Para más información visita: <https://www.contpaqi.com/>

Síguenos:

Facebook: <https://www.facebook.com/CONTPAQi>

Twitter: <https://twitter.com/CONTPAQi>

Youtube: <https://www.youtube.com/contpaqi>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/contpaqi/>

Instagram: <https://www.instagram.com/contpagimx/>

TikTok: <https://www.tiktok.com/@contpaqi>