

la experiencia de marca



bendito branding

www.monicavercelli.com

26. la experiencia de marca

Es hora de mimar al cliente :)

Sistema de trabajo

Vendas producto o servicio, necesitas crear un sistema de trabajo que definala experiencia de marca de tu cliente.

En el caso del producto es más sencillo ya que se valora:

- _ Calidad del envío: pago, plazos, seguridad en el embalaje.
- _ Calidad del packaging: la famosa experiencia del "unboxing" que va desde la caja de embalaje hasta una tarjeta de agradecimiento, una frase bonita impresa, el papel seda con el patrón... Y por supuesto, un email varios días después para ver cómo ha ido la compra.

Pero, ¿qué pasa con los servicios?

Aquí te propongo imaginarte que el cliente llega a un gran evento o congreso que es "la experiencia de tu servicio" donde irá pasando por distintos stands. En cada verá y recibirá algo a cambio.

El primero de ellos es el Welcome Pack que sería algo así como la Recepción del evento que vimos en el fascículo anterior pero, ¿qué pasa en los siguientes?

- Presentación: aquí es donde le tienes que sorprender. Por supuesto, con un trabajo de calidad pero también puedes hacerlo tardando menos tiempo del que prometiste o regalando algo extra. Aprovecha para hacer una plantilla muy bonita que explique el proceso que te ha llevado a crear tu servicio: ponte en valor.
- Seguimiento del proyecto: contesta con agilidad los emails (24h) y mantén el contacto vía zoom. Es importante conectar con los clientes cara a cara en este mundo online en el que estamos.
- Cierre: a la hora de entregar tu trabajo, se muy ordenada. Explica para qué sirve cada material y organízalo pensando en el cliente, no en tu proceso.

Agradecimiento final

Sea al final del proyecto o en fechas especiales (por ejemplo, en navidad), envíales algo a casa. El mundo online es fantástico pero no hay nada emocionante que recibir una carta o un paquete inesperado en casa (¡si hasta nos hace ilusión recibir los de Amazon!).

Puede ser una tarjeta de agradecimiento en A5 o un pequeño regalo asociado con tu marca (pero porfi, que no parezca merchandising del barato).

Pregúntate: ¿Qué emoción quieres transmitir? ¿Qué quieres que piensen al recibirlo? ¿Y que hagan? Ponle cariño y pásatelo bien. La emoción se transmite, también vía correo :)