



BUSINESS SOLUTIONS
CONSULTING GROUP

CLAVES DEL e-Business – LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Contenido

1. **Introducción**
2. **Proceso de relación con el cliente**
3. **Tendencias de los nuevos negocios**
4. **Beneficios**
5. **Conclusión**

1. Introducción

Hoy en día, la relación con el cliente es una actividad primordial en cualquier compañía, sin importar su giro. Ninguna empresa existiría si no tuviera clientes que atender, por ello, miles de empresas en el mundo dedican gran parte de su tiempo y esfuerzo a tratar de incrementar el **porcentaje (%) de retención de clientes** y su **grado de satisfacción**.

El explosivo crecimiento de Internet está modificando las expectativas de los consumidores y convirtiendo la transición al **e-Business** en una cuestión de supervivencia frente a los competidores.

Los clientes exigen servicios más rápidos y seguros, por lo que las empresas se ven obligadas a implantar soluciones de **e-Business** con el fin de comercializar sus productos de forma más eficaz y mejorar los servicios ofrecidos a sus clientes.

Se define al **e-Business** como cualquier actividad empresarial que se efectúa a través de Internet, no sólo de compra y venta, sino también dando servicio a los clientes y/o colaborando con socios comerciales.



En Business Solutions CG hemos entendido y traducido **e-Business** como el proceso para llegar a nuevos mercados y nuevos clientes, contenido y desarrollado dentro de la **Solución Negocio Extendido (Web Wide Business - WWB)**.



BUSINESS SOLUTIONS
CONSULTING GROUP

2. Proceso de relación con el cliente

Para alcanzar el éxito en la economía global de nuestros días, es necesario satisfacer las necesidades de los clientes superando incluso sus expectativas. Ofreciendo a los clientes (compradores, proveedores, distribuidores o vendedores) confianza, facilidad de uso y un importante servicio que va más allá de una simple página Web. Principalmente, brindándoles la seguridad y la privacidad en Internet sobre su información personal.

El **e-Business** está construido sobre la confianza. Existen algunas tendencias que incrementan el poder de los clientes como, el incremento en el acceso de la información, acceso a más alternativas, transacciones simples.

3. Tendencias de los nuevos negocios

Incremento en el acceso a la información

En la actualidad los clientes se sienten mucho más satisfechos al contar con mayor acceso a la información de diversos productos y servicios. Por ejemplo, muchos compradores de autos prefieren el uso de Internet para buscar modelos, características y precios a la hora de comprar.

Acceso a más alternativas

Las diferentes alternativas de los sitios web, las búsquedas en línea, permiten a todos los clientes encontrar los mejores productos al mejor costo. Por ejemplo, los viajeros tienen la posibilidad de buscar en diferentes sitios, diversas tarifas de vuelos, hoteles o paquetes de viajes y escoger la más conveniente. Internet ha tenido un gran impacto permitiendo que la información sea más rica y abarque a mayor número de clientes.

Transacciones más simples

Internet simplifica las transacciones tanto para los clientes caseros como para los clientes industriales. Los clientes pueden ahora conectarse directamente con los proveedores y fácilmente comprar productos y servicios. Por ejemplo, ya es posible realizar compras en línea a los supermercados (esto ha sido utilizado en la crisis de Argentina por personas que se encontraban viviendo fuera del país que realizaban compras desde el exterior para sus familiares locales), evitando así, la tediosa fila y las demoras innecesarias, el pedido llega a la puerta de la casa a la hora indicada, además de que existe una amplia flexibilidad en los pagos.



BUSINESS SOLUTIONS
CONSULTING GROUP

El punto aquí es que, Internet es un gran habilitador del poder de los clientes, quienes cada vez se encuentran más capacitados e informados para el uso de la web.

Adicionalmente la confianza incrementa la lealtad del cliente como retorno de la satisfacción del mismo para comprar repetitivamente y ampliar el rango de compras de sus productos.

4. Beneficios

Los beneficios derivados de incorporar el modo de Negocio Electrónico o **e-Business** son diversos:

- El número de usuarios de Internet se está incrementando vertiginosamente y esto puede representar mayor beneficio para las empresas.
- En base a lo dicho anteriormente, mayor número de usuarios se encuentran capacitados para realizar operaciones por Internet (compras, servicios).
- Para la empresa, menor costo de operación, a la vez que sigue otorgando un servicio.
- Diversificación de los ingresos, al poder llegar a nuevos mercados y nuevos clientes.



BUSINESS SOLUTIONS
CONSULTING GROUP

5. Conclusión

En las condiciones actuales de los negocios electrónicos, donde los cambios son rápidos e imposibles de predecir, lo más importante es mantener relaciones fructíferas y duraderas con los clientes.

Hay que llegar al mercado antes que nadie y mantenerse por delante de la competencia. El uso de tecnologías y procesos con tecnología de punta permite ser más competitivo y ofrecer una mayor confianza y variedad a los clientes.

El **e-Business** presenta un gran potencial en cuanto a transacciones financieras. Cada vez mayor número de empresas apuestan por esta forma de negocio, que no sólo resulta ser más rápida y eficaz, sino que además ahorra importantes costos.

Adicionalmente las transacciones por Internet están siendo cada vez más seguras y confiables.

Desde el punto de vista de la empresa, el **e-Business** se delinea estratégicamente como un factor clave para la diversificación de los ingresos, como también el ampliar su base de clientes.

Business Solutions CG - Enfoque de solución:



EOF.