

## Experiencias Agradables a los Clientes

Pareciera que solo las grandes marcas pueden darse el lujo de crear experiencias en los clientes, pero no es así, aun cuando se trata de una pequeña empresa que cuenta con un solo local es posible brindar experiencias positivas en los clientes y lograr ser la marca que elijan. Aquí unos ejemplos de acciones que se pueden llevar a cabo.

- Destinar un área para niños, donde no necesariamente debe haber juegos grandes, basta con un par de juegos didácticos y un lindo y seguro mobiliario para que sea una zona que los padres agradecerán.
- Si es un establecimiento de comida, se puede obsequiar una mini porción a los mas pequeños. También regalar un pequeño bocado, galleta, o algún producto que se comercialice en el establecimiento y que se brinde la posibilidad de probar a los clientes será una buena practica que agradará en gran medida lo cual abrirá la posibilidad de compra mas que ninguna publicidad.
- Realizar una investigación donde se puedan conocer aspectos personales de los clientes como lo es comida favorita, fechas de cumpleaños, colores favoritos,

## Experiencias Agradables a los Clientes

música, comida, etc. Con esta base de datos se pueden realizar obsequios como la entrada al cine, descuento en un restaurante, un detalle en cumpleaños y acciones más.

- Utiliza los sentidos para crear campañas y ambientar establecimientos, por ejemplo un olor agradable en la tienda, en muchas ocasiones los olores nos evocan recuerdos que al instante nos crean sensaciones. Dotar al establecimiento de música, imágenes y mobiliario cómodo brinda un plus en beneficio de la marca.
- Apoyar a causas con beneficios para la sociedad y la naturaleza esto no solo brinda una imagen positiva para la marca, también invita a los clientes a sumarse a estas campañas que en la mayoría de las ocasiones incentivan a cambiar hábitos, hacer mejor uso de los recursos, entre otros.

Como podemos observar el marketing de experiencias es cuestión también de pensar, que acciones, imágenes, sonidos entre otros aspectos nos provocan emociones, éstas estrategias están al alcance no solo de las grandes marcas, recordemos que

## Experiencias Agradables a los Clientes

nos hace sentir bien y regalémosle ese detalle al cliente, que puede ser desde una sonrisa, una imagen linda, un pequeña porción de nuestro producto, en fin como pusiste observar existen muchas opciones.

A continuación te presento un texto tomado de la pagina Marketing Estratégico, de la autora Sonia García Valladares. (2014)

He llevado a cabo la siguiente campaña de marketing experiencial siguiendo algunos de los consejos indicados durante el seminario. Os pongo en situación, se trata de un pequeño comercio, carnicería-pollería en Madrid, en Villaverde para ser más exactos, un barrio del sur bastante humilde. La mayor parte de los vecinos de este barrio son jubilados, personas mayores con pensión baja y que, además, se han visto en la necesidad de ayudar a sus hijos y nietos. Como veis, la situación es todo un reto.

### **Objetivo:**

Ampliar la clientela e intentar llegar a un público más joven que vive en la zona, está

## Experiencias Agradables a los Clientes

al otro lado de la calle en el que, además, hay un centro comercial.

Entre las ideas que surgieron en el seminario estaba la degustación (marketing sensorial). Sin embargo, existe un conjunto de leyes de sanidad que prohíben que un comercio cocine y ofrezca sus propios productos pero... ¡Atención! Si ya están elaborados no hay ningún problema. Así que nos pusimos en marcha.

### **Inversión:**

Levantarme a las 8 para ayudar a mi hermana	No tiene precio
Amigo que hace fotos para publicárlas en Facebook y en la web	1 caña
Impresión de 10 vales, (papel que dice "Vale por una degustación")	20 euros
100 pinchos de empanada	50 euros

Como podéis comprobar, la inversión inicial ronda los 70 euros.

# Experiencias Agradables a los Clientes

## **Resultado:**

De los 100 vales repartidos, aproximadamente 30 personas se acercaron a la tienda, de los cuales 20 finalmente realizaron una compra... eran nuevos clientes.

## **¿Por qué es marketing experiencial?**

En primer lugar llegamos al cliente a través del gusto, uno de los muchos estímulos de los que se nutre el marketing experiencial. El aspecto de la tienda era impecable, como siempre, pero en este negocio el estímulo visual es un requisito indispensable.

Además incluimos un punto social, la gente se quedaba en el local interactuando.

A la espera de resultados a largo plazo, tenemos que comprobar cuántos de ellos repiten y vuelven a comprar sin necesidad de ser invitados, ha sido una buena acción y continuaremos trabajando en la línea de las experiencias de los clientes.

Los siguientes enlaces son videos de campañas que han logrado tener un impacto positivo, todas ellas tienen una carga de emociones que contagia a los participantes.

# Experiencias Agradables a los Clientes

<https://www.youtube.com/watch?v=M8Ro3bZ3WoM&t=68s>

<https://www.youtube.com/watch?v=w02OMs75nTo>

## Referencias:

González, V. (2015) Marketing experiencial. Obtenido a través de <https://www.merca20.com/que-es-el-marketing-experiencial-y-como-aplicarlo/>

García , S. (2014) Los pequeños negocios también apuestan por el marketing experiencial. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-experiencial-pyme-marketing-estrategico/>