

**PASOS  
PARA GENERAR  
CONFIANZA EN  
LOS CLIENTES**

## PASOS PARA GENERAR CONFIANZA EN LOS CLIENTES

Enero 2007

Proyecto CECARM

Región de Murcia

El propietario de esta publicación y de su contenido es la Fundación Integra de Murcia, entidad del Sector Público Regional, coordinadora del Proyecto CECARM.

Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto sin expresa autorización del propietario.

[www.cecarm.com](http://www.cecarm.com)

[cecarm@cecarm.com](mailto:cecarm@cecarm.com)

# Índice

1.	Presentación.....	1
2.	Introducción.....	2
3.	Información sobre la empresa.....	3
4.	Gestión del contacto con los clientes.....	4
5.	Información sobre los productos o servicios.....	5
6.	Seguridad .....	6
7.	Transacciones .....	7
8.	Comunicaciones comerciales.....	8
9.	Clientes.....	9

## 1. Presentación

La Guía **Pasos para generar confianza en los clientes** permitirá orientar al empresario sobre los elementos necesarios para aumentar la confianza de los clientes y, de esta forma, generar más beneficios.

## 2. Introducción

Conseguir que un comercio electrónico genere, a día de hoy y en España, un volumen considerable de ventas es una tarea difícil, pero no imposible.

Invertir una enorme cantidad de dinero para realizar el diseño más innovador, poseer un catálogo de innumerable extensión o ser el mejor posicionado en los principales buscadores del planeta puede ser muy útil para alcanzar tal fin, pero no servirá de nada si no se consigue un elemento clave: **la confianza de los clientes**.

El fin último de toda empresa es producir beneficios a sus propietarios y esos beneficios deben provenir de las ventas de productos o servicios. Y, ¿quiénes son los que compran? Los clientes, claro.

Los clientes o usuarios españoles no están todavía acostumbrados a un medio impersonal como es Internet. Sí, es un medio cómodo, rápido y libre de horarios, pero carente del trato humano y, por tanto, impersonal.

En los comercios tradicionales es, principalmente, **el trato personal que se da a los clientes** lo que genera una mayor confianza para que continúen comprando en un determinado establecimiento.

Sin embargo, también es posible generar confianza en los clientes que realicen sus compras a través de la Red. Para paliar esa carencia humana de Internet, debemos tener en cuenta una serie de pasos que harán que nuestros clientes se sientan tan bien atendidos y confiados como si estuvieran en nuestro establecimiento físico.

### 3. Cómo generar confianza en los clientes: Información sobre la empresa

Muestre claramente los **datos identificativos de la empresa**, cómo **nombre social, NIF, dirección o datos del Registro Mercantil**. En los comercios tradicionales, los clientes saben dónde se encuentra exactamente un determinado establecimiento, por lo que pueden volver si tienen algún problema con su compra. En Internet debe ser igual. Los datos de la empresa deben ser fácilmente accesibles, de esta forma los clientes no pensarán que se trata de un negocio fraudulento.

**Permita un acceso sencillo a la información sobre las políticas de garantía, entrega y devoluciones.** Los comercios virtuales que no muestran este tipo de información generan desconfianza en los usuarios. Si los clientes conocen de antemano las garantías que su comercio ofrece, así como los procesos de entrega y devolución, no dudarán en realizar su compra.

**Informe a los clientes de la política de privacidad de la empresa.** A los clientes les gustará conocer el destino de los datos personales que han entregado y si se comparten con otra compañía. Además la ley obliga a que en todas las páginas de formulario en Internet aparezca claramente el tratamiento que se van a realizar de estos datos.

## 4. Cómo generar confianza en los clientes: Gestión del contacto con los clientes

**Ofrezca diferentes formas de contactar con la empresa.** Ofrezca diferentes canales de contacto con la empresa, tanto medios digitales como email, formulario web, foro, chat, ..., como tradicionales: teléfono, fax, correo postal.

**Centralice los datos de los clientes.** Mantenga una gestión homogénea de los datos e información de los clientes independientemente de los canales que haya utilizado para realizar pedidos, reclamaciones o incidencias. Si evita solicitar una y otra vez los mismos datos y conoce perfectamente el estado en que se encuentra cada cliente y los temas pendientes independientemente del canal que emplee para contactar con la empresa y de quien le atienda, mejorará espectacularmente la imagen que el cliente tendrá de la empresa y le ofrecerá mucha más seguridad sobre la forma en que son tratados sus datos.

**Minimice el tiempo de respuesta a sus consultas.** Un cliente debe tener la misma respuesta a sus demandas de información o reclamación tanto si utiliza canales tradicionales como teléfono o fax, como si emplea Internet. Informe de un tiempo máximo de respuesta para sus consultas. Una recomendación es no superar las 24h, en jornada laboral, para el primer contacto.

## 5. Cómo generar confianza en los clientes: Información sobre los productos o servicios

**Información clara sobre los precios, costes de envío y gastos adicionales.** La tienda virtual debe permitir el acceso fácil, permanente, directo y gratuito a la información de los precios que apliquen a los productos y servicios. No obligue a los clientes a registrarse para poder acceder a los precios, pues muchos de ellos no efectuarán la compra.

**Muestre imágenes de sus productos.** Si dispone de un catálogo de productos, exponga fotografías de los productos. En los comercios tradicionales, los clientes están acostumbrados a ver y tocar un producto antes de comprarlo. En Internet no lo pueden tocar, pero sí verlo, lo que aumenta su confianza.

**El carrito de la compra debe estar en todo momento visible.** A los clientes, cuando compran más de un producto, les gusta conocer cuál es el estado de su compra y cuánto llevan gastado. Muestre siempre el carrito de la compra con el siguiente desglose: productos comprados, importe, IVA y gastos de envío.

## 6. Cómo generar confianza en los clientes: Seguridad

**Ofrezca un servidor seguro.** Los clientes se muestran más receptivos cuando saben que van a realizar sus compras en un sitio que dispone de un servidor seguro, ya que la información que envíen no podrá ser interceptada. Los clientes sabrán si se trata de un servidor seguro porque la dirección URL comenzará por "https", en lugar de http o porque aparecerá un candado o una llave en el ángulo inferior derecho de su pantalla.

**Ofrezca un protocolo de seguridad para el intercambio de datos bancarios.** Los protocolos de seguridad generan una buena impresión al usuario, que percibe un incremento en la seguridad y confianza a la hora de realizar su compra. Los más utilizados son SSL y SET.

## 7. Cómo generar confianza en los clientes: Transacciones

**Permita que los clientes realicen la compra de forma anónima.** Si obliga a los clientes a registrarse antes de efectuar la compra, muchos de ellos no la llevarán a cabo. En los comercios tradicionales los compradores no tienen la obligación de identificarse para entrar en la tienda. En Internet tampoco debe ser así. Deje que se paseen por su comercio virtual libremente.

**Exija sólo la información necesaria para realizar la transacción.** Los clientes desconfían de los sitios que les exigen información que no es necesaria para realizar la compra y terminan por no efectuarla. Si desea obtener otra información, deje bien claro que se trata de información adicional o pídale en otro momento.

**Ofrezca diferentes medios de pago.** A la hora de pagar la compra, es casi indispensable poder ofrecer a nuestros clientes diversas posibilidades de pago: transferencia bancaria, tarjeta de crédito, PayPal, etc.

**Envíe un comprobante de compra.** Los clientes le exigirán, al igual que en los comercios tradicionales, un recibo o comprobante de compra. Un comprobante de compra da muestras de la legalidad del comercio.

## 8. Cómo generar confianza en los clientes: Comunicaciones comerciales

**Pida el consentimiento de los clientes para enviarles comunicaciones comerciales.** Deberá requerir el consentimiento expreso e inequívoco del usuario o cliente para enviarle por correo electrónico cualquier tipo de información o publicidad. Además, deberá incluir al comienzo de cada mensaje la palabra "publicidad".

**Informe a los clientes de sus derechos de acceso, rectificación, oposición y anulación de sus datos,** así como de los medios por los cuales puede ejercitar estos derechos. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico obliga a todos los comercios virtuales a facilitar esta información.

## 9. Cómo generar confianza en los clientes. Clientes

**Adscribase a los códigos de conducta existentes y a los sistemas de arbitraje de consumo.** Los códigos de conducta permiten obtener un sello de confianza que los clientes reconocerán fácilmente. Además, los sistemas arbitrales de consumo permiten resolver un conflicto de manera rápida y sencilla, lo que aumenta la confianza de los clientes.

**Escuche a los clientes.** Establezca sencillos canales de comunicación con los clientes para resolver los problemas que les pudieran surgir durante la compra, cómo un teléfono de atención al cliente, correo electrónico, etc.

Estos pasos, unidos a un efectivo sistema de logística, aumentarán la confianza de los clientes y, por tanto, el volumen de las ventas.

