

Módulo 3. Atención posventa: consultas, reclamos y cancelaciones. Cómo gestionarlas

Muchas veces nos concentramos principalmente en generar ventas y contestar lo antes posible las consultas de potenciales clientes y, en oportunidades, descuidamos responder a quienes ya nos eligieron y acompañarlos en la posventa.

Este descuido llega a ser un dolor de cabeza en nuestra gestión si los clientes generan un reclamo o cancelan una compra debido a un descontento, una desconfianza o simplemente porque se sintieron descuidados.

Es por ello que vamos a trabajar en la importancia de responder las consultas y reclamos, para que su correcta gestión nos ayude a evitar que nos impacten negativamente en nuestra reputación.

Unidad 3.1 Gestión de reclamos, cancelaciones y consultas

Este punto es uno de los más importantes dentro de las actividades cotidianas de un vendedor dentro de Mercado Libre. La adecuada gestión de todos los sucesos que se lleven a cabo dentro de la plataforma serán determinantes para la reputación del vendedor, motivo por el cual hay que prestar atención muy especial a la posventa en Mercado Libre.

Cómo agilizar todas las tareas de posventa

Sabemos que necesitás resolver tus tareas de posventa más rápido. Por eso, continuamos mejorando la forma de encontrar y gestionar las devoluciones para que ahorres tiempo y dinero.

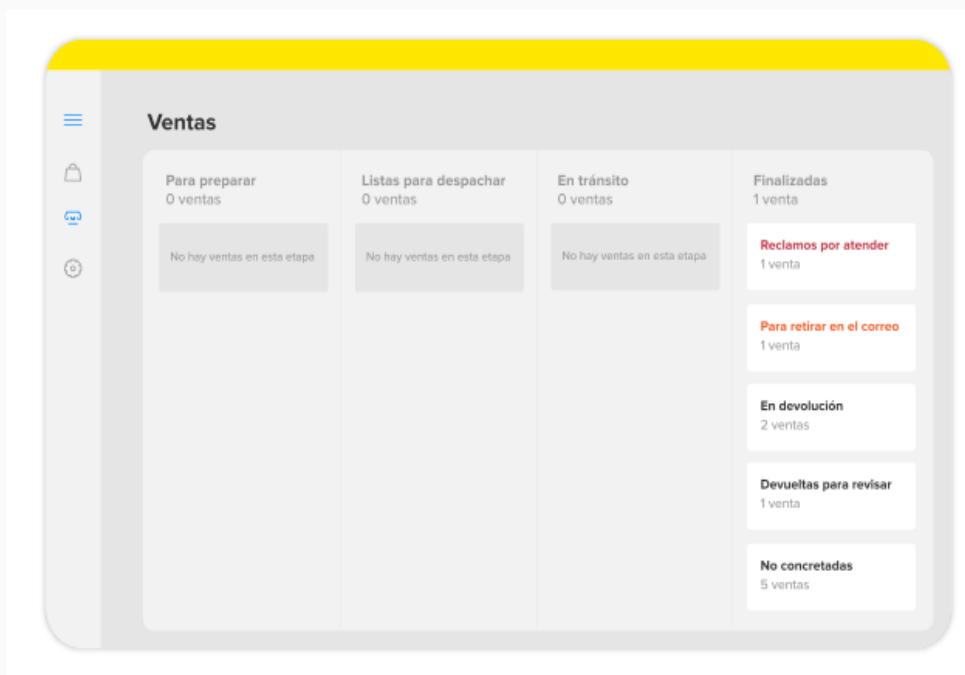
...

Mejoramos el panel de ventas para que puedas diferenciar rápidamente las devoluciones con reclamos por atender, las que debés revisar y las que tenés que retirar en el correo.

Al expandir el panel encontrarás priorizadas las ventas según la atención que requieren. Vas a ver las que tienen acción urgente en rojo, y las que tienen una acción pendiente en naranja.

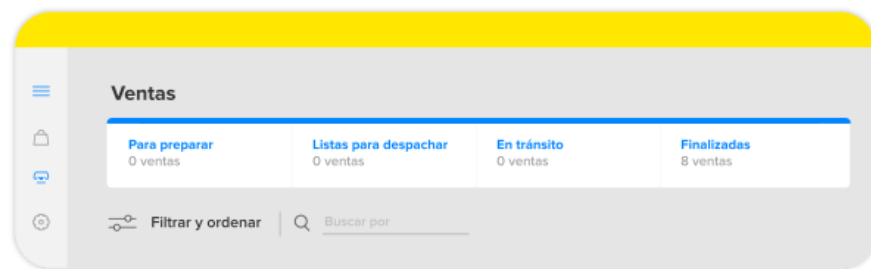
Cómo encuentro una venta en el buscador

1. **Buscá el código de seguimiento del correo en el paquete devuelto.** Todas las devoluciones tienen este código. Lo encontrarás en la etiqueta que el correo pega en el paquete.
2. En la sección Ventas, **ingresá el código de seguimiento en el buscador** y presioná enter.



3. **¡Listo!** Tendrás la información detallada de la venta a la que pertenece esa devolución.

...



(Mercado Libre, s.f.,
<https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/ahorra-tiempo-y-dinero-con-las-nuevas-mejoras-de-post-venta>)

Las consultas posventas: lo importante, primero

Cuidar los detalles y cada una de las transacciones que se llevan a cabo en Mercado Libre es una tarea esencial del vendedor, ya que es allí donde surgen las recompras, las buenas (y malas) experiencias de compra, las recomendaciones y hasta clientes recurrentes en el tiempo.

En las compras y ventas de la plataforma pueden surgir consultas que necesitan nuestra atención. El hecho de haber cerrado una venta no significa que debemos desentendernos del cliente, sino todo lo contrario. Luego de pagar, el cliente pasa por distintas etapas donde puede presentar ansiedad, incertidumbre o solo quiere sentirse bien atendido o asesorado.

Para ello, debemos prestar mucha atención y actuar rápidamente para evitar que, ante alguna consulta no atendida, el cliente se sienta defraudado y recurra a generar un reclamo cuando podríamos haberlo evitado.

Te presentamos los reclamos más comunes dentro de este grupo y algunas ideas para solucionarlos:

El comprador contactó al vendedor y no obtiene respuesta: la atención que le brindás a tus clientes es fundamental y tenés que esforzarte para que sea la mejor. Siempre que tus compradores te consulten algo, respondeles con claridad y empatía para que se sientan escuchados y seguros con la compra que efectuaron.

Si observás que este motivo de reclamo se vuelve frecuente, destiná recursos exclusivamente a responder los mensajes. Cuando el comprador no

recibe respuesta y algo lo incomoda, es cuando se ve tentado de hacer un reclamo. Detectando estos casos con antelación y cuidando la calidad de atención, te asegurarás una buena comunicación con tus clientes y bajarán las probabilidades de tener reclamos. (Real Trends, 2022, <https://blog.real-trends.com/2020/07/08/reclamos-en-mercado-libre-como-evitarlos-y-llevar-tu-reputacion-al-nivel-mas-alto/>)

Qué son las cancelaciones y cómo le afectan al vendedor

Se considera que una venta es cancelada cada vez que el comprador recibe su dinero de vuelta antes de que se le haya entregado el producto, sin importar quién pidió la cancelación.

Una venta se cancela cuando:

- Desde el detalle de la venta se elige “Cancelar venta”.
- En la cuenta de Mercado Pago o desde un reclamo abierto se decide “Devolver dinero”.

Ten presente que las devoluciones de productos no son consideradas ventas canceladas.

¿Cómo me afectan las cancelaciones?

Si más del 2,5% de tus ventas están canceladas, tu cuenta podría ser suspendida para vender, tal como lo establecen nuestras políticas.

Además, las ventas canceladas por ti intencionalmente, afectan tu color en el termómetro de reputación.

¿Cómo puedo hacer para evitar las cancelaciones?

- Intenta publicar siempre con *stock* y mantiene sincronizado tu inventario entre lo que vendes en Mercado Libre y lo que vendes por otros medios.
- Revisa y actualiza siempre tus publicaciones para que los compradores sepan claramente lo que ofreces.
- Asegurate de que tus precios estén al día.

¿Qué ventas canceladas no me perjudican?

- Cuando un producto no llega porque el correo tuvo un problema.
- Aquellas ventas que se cancelan por algún inconveniente que no tuvo que ver con el vendedor ni con el comprador.
- [Si el comprador cancela la compra por algún motivo que no esté asociado a un error por parte del vendedor o publicación (por ejemplo, me arrepentí de la compra, no me sirvió, etc.)].

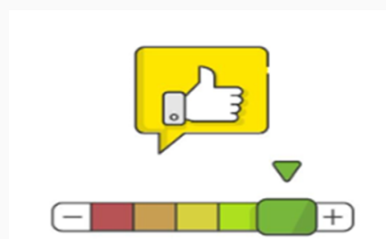
¿Qué pasa con las cancelaciones de servicios o reservas?

Cada vez que se cancele un servicio o reserva de vehículo, la reputación y las métricas de ventas canceladas van a ser afectadas igual que cuando se cancela la venta de un producto. (Mercado Libre, s.f., https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/que-son-las-cancelaciones-y-como-afectan_5205)

¿Durante cuánto tiempo afecta una cancelación a mi reputación?

Mercado Libre considera la cantidad de cancelaciones según tu nivel de ventas en un periodo determinado

Figura 1: Reputación del vendedor



Transacciones en los últimos dos meses	Periodo a evaluar para la reputación
Mayor o igual a 50	Últimos 60 días
Menor a 50	Últimos 365 días

Fuente: adaptado de Mercado Libre, s.f.

¿Cómo se calcula el porcentaje?

Para calcular esta variable, tomaremos todas las ventas canceladas por usted y las que no hayan recibido un reclamo.

“Si eres Mercado Líder, no debes cancelar más del 2 % del total de las ventas para que tu reputación no se vea afectada. Si tu reputación es verde, procura no cancelar

más del 3 % del total” (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.cl/nota/por-que-es-importante-la-reputacion-del-vendedor>)

Si una venta tuvo un reclamo y luego una cancelación de tu comprador, solo impactará en tu reputación como un reclamo. Si una venta fue cancelada directamente por tu comprador, tampoco afectará tu reputación.

El porcentaje de reclamos o cancelaciones se obtiene de la relación de cantidad de órdenes canceladas, por ejemplo, sobre las ventas en cantidades de órdenes realizadas en el mismo periodo de tiempo.

En caso de tener más de 50 ventas en los últimos 60 días, este porcentaje se va calculando sobre los últimos 60 días de corrido anteriores a la fecha actual. Este plazo se mueve a medida que pasan los días y se recalcula sobre los nuevos valores; es decir, se dejan de contemplar aquellos que ya superan este período. En el caso de que no lleguemos a tener ventas mayores o iguales a 50 en los últimos 60 días, la regla de cálculo es igual, pero contempla los valores de los últimos 365 días.

Reclamos: qué tener en cuenta, cómo gestionarlos y cómo evitarlos

“Los reclamos tienen incidencia en tu reputación y en la confianza que transmitís como vendedor. Acá te acercamos algunas claves para evitarlos y brindar una mejor experiencia de compra” (Mercado Libre, s.f., <https://bit.ly/3wIBHm0>).

Figura 2: Qué es la tasa de reclamos



Fuente: Mercado Libre, s.f., <https://bit.ly/3wIBHm0>.

La tasa de reclamos es una variable que mide la experiencia percibida por quienes ya nos compraron en Mercado Libre y no tuvieron una experiencia de compra

satisfactoria por problemas en nuestras publicaciones, por la calidad de nuestros productos/servicios o por la atención que ofrecemos.

Puede acceder a los reclamos recibidos en el panel de ventas con el motivo de cada uno de ellos. También puede acceder a la sección de Reputación y descargar el listado completo con las fechas y motivos para poder analizar y tomar tanto aprendizajes como estrategias a implementar para no correr riesgos en tu reputación.

Recuerde que la métrica de reclamos debe mantenerse siempre por debajo del 2 %.

Es recomendable que, si está cerca del nivel máximo del 2 %, analice las fechas y cómo puede mantenerse por debajo del nivel máximo.

Muchos reclamos se inician debido a que no hay buena comunicación. Por eso te recomendamos:

» Informa correctamente las características de tu producto y el *stock* disponible completando la ficha técnica.

» Contesta siempre las preguntas con información relevante para tu potencial comprador y procura resolver su inquietud y convertir esa pregunta en una venta.

» Estate atento a la Mensajería. Por allí, tus compradores podrán consultarte frente a cualquier inquietud que les surja respecto del producto. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.cl/nota/por-que-es-importante-la-reputacion-del-vendedor>)

Los motivos por los que se pueden generar reclamos son diversos, pero es importante que pueda identificarlos, accione a tiempo y evite que sigan creciendo los reclamos por sobre las ventas. Enumeraremos algunos motivos que pueden ser generadores de reclamos y cómo los puede trabajar para mejorar su experiencia de venta.

1. ¿Cómo evitar reclamos por un producto distinto al acordado? En caso de que el producto cuente con accesorios, incluya fotos detalladas de los mismos.
2. ¿Cómo evitar reclamos por un producto defectuoso/dañado? Es importante que envíe los productos en cajas que se encuentren en buenas condiciones.

3. Demora en el despacho de tu producto al correo. Al respecto, la página de ayuda de Mercado Libre dice:

Si tardás demasiado tiempo en llevar el producto vendido al correo, afectará tu reputación. En aquellos casos en que utilices Mercado Envíos, el tiempo de despacho no debe superar las 24 hs hábiles. Conocé más sobre el tiempo de despacho [en este *link*: <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/despachar-tus-ventas-a-tiempo-la-clave-de-una-buena-reputacion>].

Cuando veas que no podés entregar el producto en el tiempo sugerido, escribire al comprador y comunícale los nuevos plazos de entrega. Recordá transmitirle confianza, sé claro al explicarle los motivos de tu retraso y evitá utilizar excusas. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/consejos-para-evitar-que-tus-compradores-inicien-un-reclamo>)

Reclamos en productos almacenados en Full

Solo afectarán a tu reputación los reclamos relacionados a la calidad de tus productos: productos defectuosos, con problemas de fábrica y productos que no funcionan o dejan de funcionar.

El resto de los reclamos no impactarán en tu reputación, como por ejemplo los paquetes rotos o dañados. Tu reputación tampoco se verá afectada cuando un comprador se arrepienta de su compra.

...

El producto está incompleto, le faltan accesorios o el cliente recibió menos productos de los que compró.

Esto suele ocurrir cuando en las fotos hay más ítems de los que estás vendiendo en esa publicación. **Para evitar que esto pase, acotá tus fotos y describí qué accesorio incluye tu producto.**

...

Algunos consejos útiles que debés tener en cuenta

- **Prestá atención si tenés alguna publicación que te esté generando muchos reclamos.** Si eso ocurre, tal vez sea el momento de pausar o finalizar la publicación hasta que logres optimizarla y te asegures de que no volverá a ocurrir.
- **Si te hicieron un reclamo por una tipificación incorrecta podés iniciar una mediación** en el momento del reclamo y pedirle al representante de atención al cliente que cambie la razón.

Considerá que si hacés este pedido y no correspondía el cambio, el reclamo seguirá afectando tu reputación. Podés elevar ese reclamo a mediación y solicitar ayuda de un representante de Atención al Cliente, o una vez cerrado el reclamo podrás pedir la exclusión del mismo desde la sección de **Ventas**.

- **Tu reputación no se verá afectada en todos los casos que la venta haya sido cancelada por parte del comprador,** siempre y cuando la cancelación no haya sido por alguna falta tuya como vendedor.
- **Recordá nunca cancelar una venta.** De hacerlo, tu reputación se verá afectada negativamente. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/consejos-para-evitar-que-tus-compradores-inicien-un-reclamo>)

Unidad 3.2 La importancia de gestionar cada reclamo y consulta. Estrategias para tener en cuenta

Mercado Libre busca que brindemos la mejor experiencia posible al comprador y para ello busca que, en nuestro rol de vendedor, podamos gestionar los reclamos de la mejor manera posible.

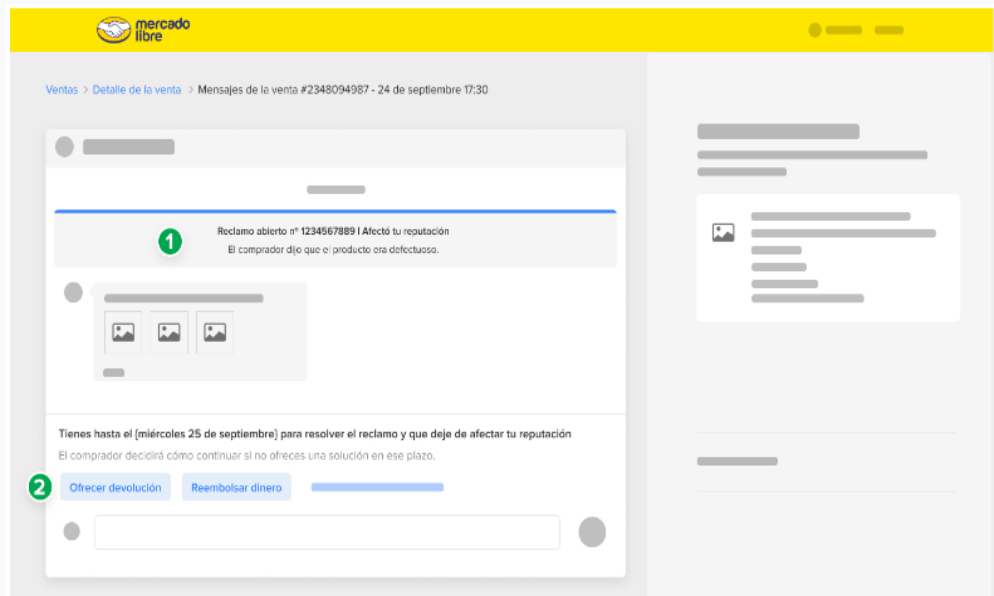
Cada vez que nos generan un reclamo, no debemos ignorarlo. Es importante ofrecer una gestión antes de que esto termine siendo una devolución. En algunos casos, puede ser una confusión por parte del cliente o por algún desperfecto del producto y podemos accionar (por ejemplo, al ofrecer un cambio) para evitar que se devuelva.

Le contaremos algunos consejos que son útiles para gestionar los reclamos y evitar, en algunos casos, que estos afecten su reputación.

1. Evitar tener reclamos abiertos en tus ventas es fundamental para cuidar tu reputación.

Una de las últimas modificaciones aplicadas por Mercado Libre es que pueda resolver los reclamos de productos entregados para evitar que estos afecten la reputación de su cuenta. En primera instancia, para ayudarlo con la gestión de reclamos, se facilita una herramienta que tiene por objetivo permitirle organizar su tiempo y solucionar los problemas con la mayor rapidez posible.

La gestión de reclamos está integrada con los Mensajes de la venta. Puedes ver el estado de un reclamo (1) y decidir cómo resolverlo (2) desde la misma pantalla en la que conversas con la persona que te compró.



Si te inician un reclamo, es posible que tu reputación se vea afectada. Eso puede revertirse de forma automática **cuando la persona que te compró cierra el reclamo e indica que la ayudaste.**

A su vez, tienes dos opciones para evitar que tu reputación se vea afectada por un reclamo generado por un producto entregado. Importante, esto aplica siempre y cuando las uses dentro de los 2 días hábiles luego del inicio del reclamo:

1. Reembolsar dinero

Si eliges esta opción, le vamos a reintegrar el dinero a la persona que te compró y el reclamo se cerrará. Además, la persona quien hizo la compra se podrá quedar con el producto, ya que entenderemos que no quieres que te lo devuelvan.

2. Ofrecer devolución

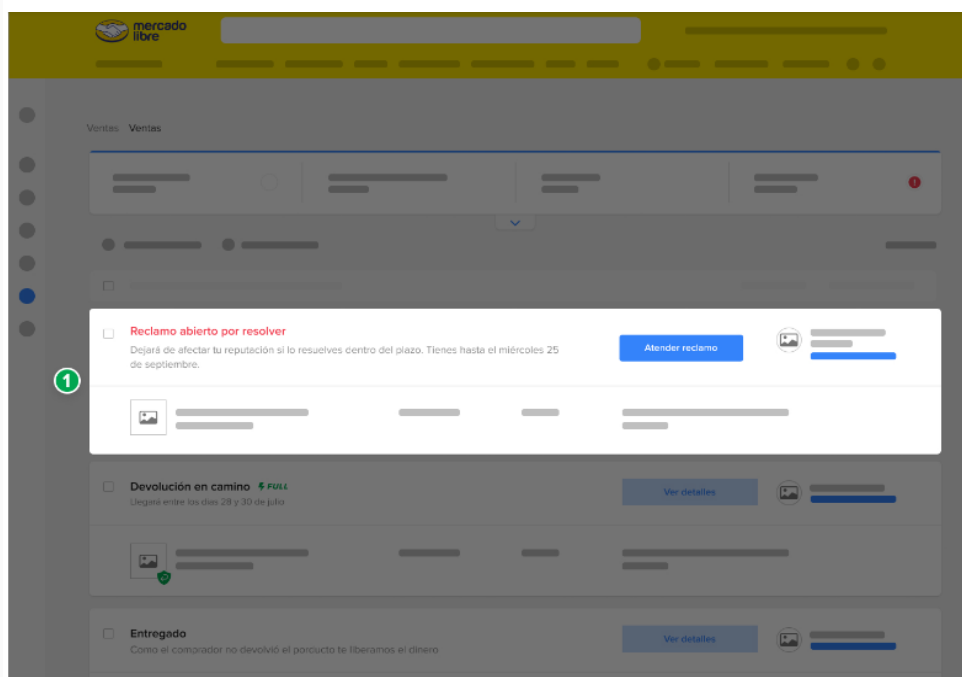
Con esta opción, **permitirás que la persona que te compró genere una etiqueta o un código de devolución y te envíe el producto de vuelta para que le reembolsemos el dinero.** Podrás seguir el envío y avisarnos si surge algún problema.

Importante: si no respondes con alguna de estas opciones dentro de los 2 días hábiles, quien compró podrá optar por devolverte el producto y el reclamo seguirá afectando tu reputación.

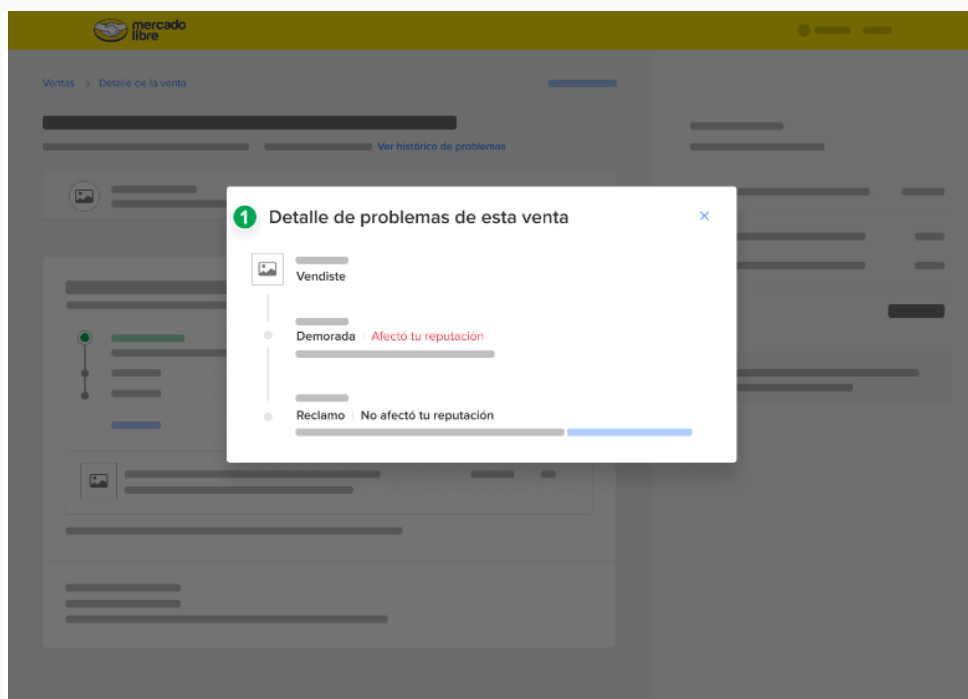
Controla los reclamos y resuélvelos con eficacia

Es importante tener a mano tus reclamos más recientes para resolverlos a tiempo. Por eso, **en tu panel de ventas, podrás encontrar un filtro que recopila los reclamos de los últimos 2 días.**

Dentro del listado de ventas, **podrás identificar fácilmente los reclamos que te conviene resolver primero y así proteger tu reputación.** En el detalle de cada reclamo, verás la fecha límite exacta, para que puedas establecer prioridades y definir con cuál preferís empezar. (1)



Por último, a través del historial de problemas de la venta, podés tener un registro de todo lo que sucedió con el producto y la entrega, y verificar si afectó o no tu reputación (1).



Con estas herramientas buscamos ayudarte a agilizar tu gestión posventa, atender mejor a tus compradores y obtener un beneficio por ello. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.mx/nota/herramientas-para-resolver-los-reclamos-y-cuidar-mas-tu-reputacion>)

En muchos casos, podremos solicitar ayuda a Mercado Libre para evitar que los reclamos sean considerados en el cálculo de nuestra reputación. En primer lugar, debemos gestionar los reclamos y cerrarlos. “Para que podamos excluir un reclamo o una devolución, no deberás tener ningún caso abierto, incluido el del reclamo. Si un reclamo está en proceso, tendremos que esperar a su resolución para entender el caso completo” (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/conoce-las-reglas-de-exclusion>).

No necesariamente todo reclamo generado afectará nuestra reputación. A continuación, le mencionamos algunos casos donde se podrá solicitar la exclusión de un reclamo ya generado.

Casos en los que sí podrás pedir una exclusión

Entendemos que hay casos en los que el reclamo puede ser injusto y podemos intervenir para evitar que ese reclamo impacte negativamente en tu reputación.

- El comprador inició el reclamo por error.
 - El comprador no reconoce la compra.
 - El comprador no recibió el producto, pero el envío aparece “entregado”.
 - El comprador se arrepiente de la compra, pero el producto está en perfectas condiciones.
 - El comprador usó el reclamo como medio de contacto.
 - El comprador inicia un reclamo por demoras en el correo o problemas con Mercado Envíos, pero el tiempo de despacho está dentro del plazo establecido (aplica para todos los medios de envío).
 - El reclamo está asociado a un problema de la plataforma de Mercado Libre.
 - El reclamo se inició por competencia o venganza. Todavía se encuentra en el tiempo establecido para responder la mensajería. . .
 - El comprador quiere cambiar su producto de autopartes, ropa, bolsos y calzado por otro tamaño o modelo.
- Casos en los que se registró un ingreso no autorizado a la cuenta, transacciones fraudulentas, o una suspensión incorrecta por parte de MercadoLibre.

Si tenés un caso particular que no está detallado en la lista, puede ser revisado por un representante de atención al cliente para definir si corresponde o no la exclusión del reclamo.

Recordá que si el reclamo no corresponde al período en el que medimos tu reputación, no te afectará.

...

Casos en los que no podrás pedir una exclusión

...

- El reclamo o la devolución están abiertos. Recordá cerrarlos antes de iniciar un pedido de exclusión.
- El producto es defectuoso o diferente al publicado.

- El comprador recibió menos productos de los que compró o recibió el producto con menos partes de las que anunciaba la publicación.
- Si desde mensajería se indica al comprador que no habrá un reclamo con algún contexto negativo hacia Mercado Libre.
- El comprador no recibe el producto porque el vendedor no lo despachó o lo despachó fuera de tiempo, o no tenía *stock*.
- El comprador afirma que es un producto falso. Recordá ser muy explícito en qué es lo que se está vendiendo . . .

Si tu reclamo se encuentra dentro de esta lista, revisá la causa para ofrecer una mejor experiencia en las futuras ventas.

. . .

[Para pedir la revisión del caso y que sea excluido de los reclamos] ingresá en la sección **Ventas** y seleccioná la ayuda en la publicación donde se encuentre el reclamo. Desde allí podrás ver el estado de tu reclamo y pedir la revisión del caso. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/conoce-las-reglas-de-exclusion>)

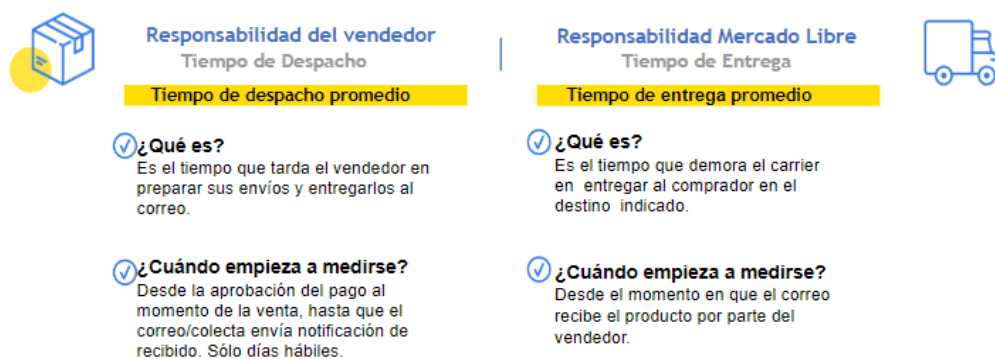
Cómo actuar ante demoras en tus envíos y mantener tu reputación

A medida que recibimos pedidos, debemos gestionar nuestros procesos para evitar demoras en el despacho. Es importante que midamos y estimemos los tiempos que requiere el proceso de armado, embalaje, etiquetado y despacho para cumplir con los tiempos estipulados por Mercado Libre cuando el envío es por Mercado Envío.

Para prevenir posibles inconvenientes y mantener una buena reputación, es importante optimizar toda la operatoria y agilizar el proceso que comienza al realizar una venta.

Es importante entender qué es la demora en despacho y qué es la demora en envío. Vea la siguiente figura:

Figura 3: Diferencia entre tiempo de despacho y tiempo de entrega



Fuente: [Imagen sin título sobre tiempo de despacho y de entrega], s. f.

Consejos para evitar reclamos por tus envíos

- **Colocá la disponibilidad de stock para que tu comprador sepa de antemano cuándo podrá tener el producto en sus manos.** Para esto, es importante que cumplas con el plazo prometido de entrega. De esta forma, podrás organizar mejor tu despacho y evitarás reclamos innecesarios. [Esto aplica para algunos rubros que son fabricados a medida o artesanales]
- **Si entregaste el producto a tiempo, pero el correo se demoró en marcarlo como entregado,** podés pedir ayuda haciendo clic en los 3 puntitos de la venta realizada y seleccionar **Necesito ayuda**. Luego, deberás marcar la opción **Mi producto figura pendiente de admisión**.



- **Si por algún motivo el correo no acepta tu producto**, podés pedir ayuda desde el mismo lugar (los tres puntitos de la venta). En ese caso, te dirán que envíes el producto por otros medios y te darán el dinero del envío para que lo hagas. Si esto ocurre, es importante que sepas que, a partir de ese momento, la única opción de envío disponible que figurará será **Acordar con el vendedor**.
- **En caso de que el correo sea el encargado de retirar los productos por tu depósito y haya demoras**, nuestro servicio de atención al cliente te ayudará a verificar qué pasó con el correo y a quitar la demora de la reputación. Tené en cuenta que esto se podrá verificar a través del sistema. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.uy/nota/como-actuar-ante-demoras-en-tus-envios-y-mantener-tu-reputacion>)

Mensajes de la venta: aprenda a utilizarlos y ahorre tiempo en la gestión

Mantener al cliente informado muchas veces genera una buena experiencia de compra, pero si nos excedemos en el contacto podemos generar molestia o malestar por parte del cliente. No siempre enviar muchos mensajes es un indicio de brindar una buena atención posventa.

En este sentido, es bueno aprovechar estratégicamente en qué momento contactarnos y, de esta forma, generar una información precisa y, a su vez, ahorrar tiempo y esfuerzo en la gestión de mensajes cuando son innecesarios o poco relevantes.

Cabe recordar que Mercado Libre mantiene informado al cliente con notificaciones relacionadas a su compra, pero recordamos en qué casos es conveniente mantener informado al cliente fuera de los mensajes ya predeterminados por el *marketplace*.

Figura 4: Mensajes al cliente

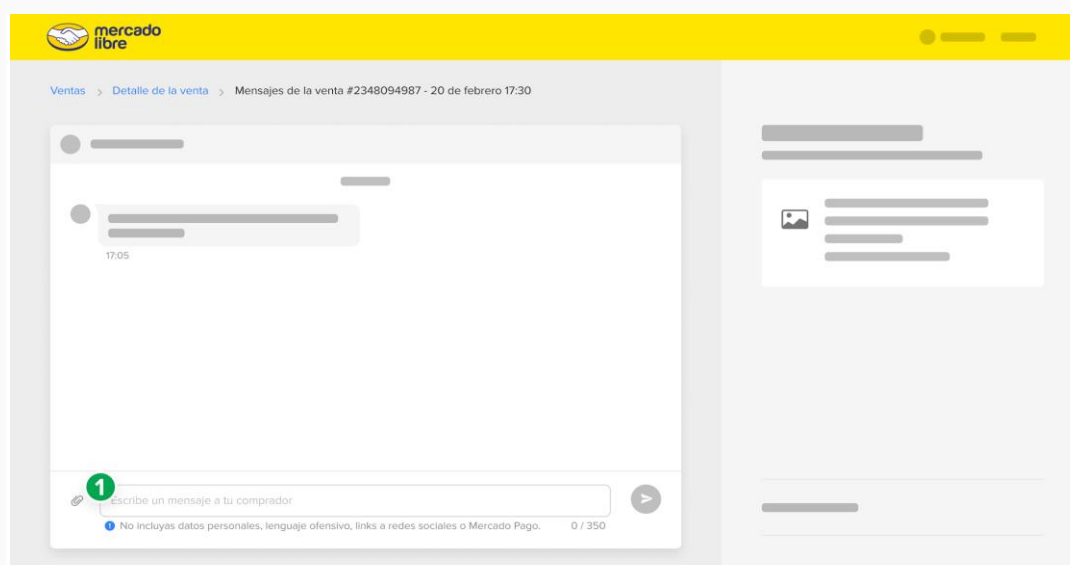


Fuente: Mercado Libre, s.f., <https://bit.ly/3AQ27zj>.

¿Qué sucede cuando se inicia una conversación?

“Si la persona que te compró es quien inicia la conversación podrás responderle las veces que sea necesario con mensajes de hasta 350 caracteres” (Mercado Libre, s.f., <https://bit.ly/3AQ27zj>).

Figura 5: Mensajería



Fuente: Mercado Libre, s.f., <https://bit.ly/3AQ27zj>.

Es importante tener en cuenta que cada conversación que mantengamos con un cliente por alguna consulta o pedido generado por él mediante la mensajería privada de Mercado Libre, puede favorecernos o perjudicarnos ante alguna mediación o solicitud de exclusión que realicemos si ese pedido termina en un **reclamo**.

Por lo tanto, si un cliente nos consulta acerca de las características del producto, nos informa su mal funcionamiento u otros desperfectos, entre otras consultas; debemos ofrecer una buena experiencia y mostrar predisposición para solucionar el problema o la duda que tenga. Si el cliente decide generar un reclamo, esos mensajes pueden ser utilizados para demostrar nuestra intención de solucionar el problema y que velamos por el principio de brindar una buena experiencia.

Es decir, todo contacto que tengamos con el cliente y este está asociado a un posible reclamo o disconformidad por parte de él, es importante realizarlo a través de la

mensajería privada en lugar de utilizar otros canales como WhatsApp, correo electrónico y/o teléfono.

A continuación, le dejamos algunos consejos a tener en cuenta estos a la hora de conversar con el comprador:

- Recordá no compartir o pedir datos personales que inciten el contacto por fuera de Mercado Libre, como *links* a redes sociales, correo electrónico o números telefónicos.
- Evitá el uso de mensajes con lenguaje ofensivo o contenido inapropiado.
- Escribí mensajes claros de máximo 350 caracteres.

Como ves, aprender a identificar los momentos claves en los que vale la pena contactar a la persona que te compró, te ayudará a mejorar tu experiencia de servicio con menos esfuerzo y tiempo. Poné en práctica los consejos anteriores y ahorrá tiempo en tu gestión de venta. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/mensajes-de-la-venta-aprende-cuando-utilizarlos-y-ahorra-tiempo-en-tu-gestion>)

Estrategias para mejorar nuestra reputación

Cuando se trata de mantener nuestra reputación o lograr mejorar nuestros parámetros que están poniendo en juego nuestra reputación, es importante tener una estrategia, dedicarle el tiempo y esfuerzo para evitar perder el color verde tan importante.

Para esto, le recomendamos algunos *tips* a tener en cuenta al momento de recuperar su reputación.

Tiempo de demora de despacho alto

Búsqueda de causa/raíz - (¿qué y cómo?)

¿Qué tipo de envío está generando la mayor diferencia?

Comparar los tiempos de despacho en cada tipo de envío

¿Por qué se está generando esta demora?

¿Dónde tienen su mayor dificultad actualmente?

- Empaquetado.

- Facturación.
- Despacho.

Posibles soluciones

- Integración para agilizar la facturación.
- Eficientizar el empaquetado.
- Revisar el circuito de retiro de sucursal, evaluar colecta.

Porcentaje de reclamos versus porcentaje de mediación

Búsqueda de causa/raíz - (¿qué y cómo?)

¿A qué se deben la mayoría de los reclamos?

- Demoras en las entregas.
- Producto.
- Falta de respuesta.
- Cancelaciones.

¿A qué se deben la mayoría de las mediaciones?

- Problemas envíos.
- Falta de acuerdo con el cliente.
- Falta de respuesta a reclamos.

Posibles soluciones

- Corregir descripciones en la publicación.
- Generar mensajes automáticos poscompra (cuando sea posible).
- Crear área de atención posventa.
- Revisión de problemas de calidad de producto.

Porcentaje de cancelaciones

Búsqueda de causa/raíz - (¿qué y cómo?)

¿Por qué el *seller* cancela la orden?

- Falta o error de *stock*.
- Problema con envíos.
- Otro.

¿Está Integrado?

¿Cómo es el envío?

Posibles soluciones

- Integración en *stock* y precio.
- Revisar con envíos y con el *seller* los problemas que está teniendo para enviar.

Mercadoshops: otra forma de hacer crecer tu reputación

Una opción que puede ayudarte a recuperar tu mejor nivel de reputación es abrir tu propia Tienda en Mercado Shops, ya que al hacerlo queda inmediatamente integrada a tu cuenta de Mercado Libre.

De este modo **todas las ventas que realices en Mercado Shops van a impactar en tu reputación como vendedor**, ayudándote a alcanzar más rápido el estatus de Mercado Líder e ir escalando hasta llegar al podio de los mejores vendedores. Además, activarla es muy sencilla, **no tiene costos de apertura ni de mantenimiento**. (Mercado Libre, s.f., <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/como-explotar-tu-potencial-como-vendedor/>)

Este canal, si bien está integrado a su cuenta de Mercado Libre, actualmente le permite gestionar estrategias comerciales exclusivas para Mercadoshop, por ejemplo:

- Incluir precios distintos, ofrecer precios más competitivos en la tienda Mercadoshop.
- Ofrecer promociones exclusivas de envío gratis.
- Generar cupones de descuentos para ser utilizados en Mercadoshop.
- Enviar promociones generales o particulares (productos) exhibidos en el sitio.

Referencias

Mercado Libre (s.f.). *Qué son las cancelaciones y cómo me afectan.* Mercado Libre. https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/que-son-las-cancelaciones-y-como-afectan_5205.

Mercado Libre (s.f.). *Por qué es importante la reputación del vendedor.* Centro de Vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.cl/nota/por-que-es-importante-la-reputacion-del-vendedor>.

Mercado Libre (s.f.). *Consejos para evitar que tus compradores inicien un reclamo.* Centro de Vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/consejos-para-evitar-que-tus-compradores-inicien-un-reclamo>.

Mercado Libre (s.f.). *Conocé las reglas de exclusión.* Centro de Vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/conoce-las-reglas-de-exclusion>.

Mercado Libre (s.f.). *Cómo actuar ante demoras en tus envíos y mantener tu reputación.* Centro de Vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.uy/nota/como-actuar-ante-demoras-en-tus-envios-y-mantener-tu-reputacion>.

Mercado Libre (s.f.). *Mensajes de la venta: aprendé cuándo utilizarlos y ahorrá tiempo en tu gestión.* Centro de Vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/mensajes-de-la-venta-aprende-cuando-utilizarlos-y-ahorra-tiempo-en-tu-gestion>.

Mercado Libre (s.f.). *Cómo explotar tu potencial como vendedor.* Centro de vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/como-explotar-tu-potencial-como-vendedor/>.

Mercado Libre (s.f.). *Mensajes de la venta: aprendé cuándo utilizarlos y ahorrá tiempo en tu gestión.* Centro de vendedores. <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/mensajes-de-la-venta-aprende-cuando-utilizarlos-y-ahorra-tiempo-en-tu-gestion>.