

ANÁLISIS ABC DE CLIENTES

Posted on 20. noviembre 2025 by Alexander

El análisis ABC de clientes es un **método empresarial que clasifica a los clientes según su valor** para la empresa en tres grupos: clientes A (muy valiosos), clientes B (valor medio) y clientes C (valor reducido). La clasificación suele basarse en **ventas, contribución al beneficio o frecuencia de compra**. El objetivo es utilizar los recursos de manera **eficiente** y gestionar las relaciones de forma **estratégica**.

Ejemplo: Una empresa determina que el 20 % de los clientes genera el 80 % de las ventas. Estos se clasifican como clientes A. Un 30 % aporta el 15 % (clientes B) y el 50 % restante solo el 5 % (clientes C). Los clientes A reciben **prioridad en la atención**.