

Relaciones con los clientes

Crearemos una página web y perfiles en las redes sociales (Facebook, Twitter) anunciando nuestro producto y con posible feedback con los posibles clientes preguntando qué opinan al respecto, sugerencias y que grado de satisfacción tienen con el producto. De esta forma conseguimos dos cosas:

- Ver qué grado de aceptación tienen los nuevos productos.
- Conseguir aumentar el grado de satisfacción de los clientes

De cara al público, emplearemos una estrategia que muestre los beneficios ecológicos sobre los medios regulares de obtención de bebidas. El público ecologista no duda en gastar más en pro del medio ambiente, y ya que nuestro producto, en teoría, es en sí más barato que las bebidas regulares debería resultar atractivo para dicho sector de consumo.

Sin embargo, no podemos mostrarnos únicamente como un proyecto altruista en defensa de la naturaleza, pues nuestro objetivo son los beneficios. Para eso a las empresas le haremos hincapié a diario con los beneficios que conseguiremos al poder prescindir de tener que colocar las bebidas en estantes, tener estos limpios, así como conseguir un mayor margen de beneficios debido a tener que prescindir de envases y tiempo para su entrega y recogida (por ejemplo, un bar pequeño ahorraría en tener que devolver los “cascos” de botella y no tener que hacer cálculos sobre cuantas botellas tiene que pedir a la semana, a la hora a la que llegara el distribuidor, solo serian unas cuantas bolsas de nuestro producto que pueden ser entregadas mediante paquetes de mensajería.)

Deberíamos mostrarnos como un proyector enérgico ante nuestros posibles clientes, que induce la sensación de que es fresco y positivo, el cual te propone la posibilidad de llenar a libertad tus envases, pues la máquina vende según X cantidades (M L XL).