

## RELACIONES CON LOS CLIENTES

- **¿Qué tipo de relaciones construye con sus clientes?**

Por el bajo número de clientes con el que cuenta la empresa, nos permite establecer relaciones personalizadas con nuestros clientes. No obstante esto, se gestionan relaciones a través de diversos medios aprovechando principalmente las TIC's para facilitar la interacción.

- **¿Cuál es su estrategia de gestión de relaciones?**

El acompañamiento permanente y las asesorías personalizadas es nuestra principal estrategia para mantener la fidelidad de nuestros clientes.

- **¿Qué tipo de relaciones esperan sus clientes para mantener vínculos con la empresa?**

Nuestros clientes prefieren las asesorías que acompañan nuestra propuesta de valor, dado que les permite contar con un acompañamiento experto para la toma de decisiones acerca del calzado a utilizar por las niñas, ajustado a sus gustos y necesidades.

- **¿Son fieles sus clientes a su propuesta de valor?**

En un mercado globalizado es difícil mantener la fidelidad de nuestros clientes, porque sus preferencias están en continuo cambio y evolución. Sin embargo, nuestra empresa cuenta con clientes fieles que se han mantenido a lo largo de los años.

| ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN   | VALORACIÓN        | PORQUE SE EVALÚA ASÍ?   |
|---|-------------------|---|
| Realización de actividades permanentes de fidelización de los clientes            | DEBILIDAD: MEDIA  | Es una debilidad media porque no se realizan actividades continuas de fidelización con nuestros clientes para mantener su atención. En algunos casos se ofrecen obsequios pero son estrategias comunes utilizadas en el mercado |
| Manejo de información sobre el comportamiento histórico de nuestros clientes      | FORTALEZA : MEDIA | La empresa mantiene un continuo control sobre las compras realizadas por nuestros clientes, lo que permite definir como una fortaleza media.  |
| Nivel de fidelización que los clientes tienen con nuestros producto y/o servicios | FORTALEZA: BAJA   | Nuestros clientes mantienen un nivel de fidelización aceptable con nuestra propuesta de valor. Sin embargo la empresa no ha identificado actividades atractivas para establecer nuevos mecanismo de fidelización.               |

## RELACIÓN CON EL CLIENTE

Existen diferentes tipos de relaciones que podemos establecer con segmentos específicos de clientes. Algunos ejemplos son:

- **Asistencia personal:** basada evidentemente en interacción entre personas, el cliente con un representante de la empresa.
- **Self-service:** no hay relación directa con el cliente, sino que ofrecemos todos los medios necesarios para que el cliente se puedan resolver los problemas por si mismos.
- **Servicios automatizados:** es una mezcla entre relación self-service con procesos automatizados.