



La calidad está en la búsqueda

Canales

Vía e-mail

La vía e-mail es una buena forma de fidelizar clientes y por lo tanto conseguir ventas. Gracias al e-mail, podemos conseguir más de uno de los actuales clientes, vuelvan a buscar y comprar en la aplicación. Los clientes fidelizados gastan 67% más que los nuevos porque les ha gustado y volverán a invertir en la aplicación, el hecho de usar mensajes por vía e-mail sirve para recordar al cliente que nuestra aplicación sigue existiendo, y tendremos más posibilidades de que vuelvan a invertir dinero nuestros clientes.

La manera en que lo haremos será tomando en cuenta los siguientes puntos.

- En todos los e-mails se pondrá la información de la empresa (teléfono, dirección...), el nombre (Style Now) y las características siguientes:
- Se personalizará para captar la atención del cliente.
- Se pondrá el nombre del cliente a quien va dirigido, con saludo, para crear una buena imagen del producto que le ofrecemos.
- Escoger bien el día y la hora para mandarlos.
- Tener en cuenta la estacionalidad, para que el cliente se sienta cómodo al entrar a la aplicación, por ejemplo, en verano podrá ver ofertas de bañadores, vestidos, toallas, mobiliario para montar y decorar terrazas, etc.
- Dedicarle tiempo para redactarlo con buena letra y sin faltas de ortografía para crear seguridad y buen ambiente en la aplicación móvil.
- Pensar en el asunto del mensaje: esta característica es muy importante ya que el cliente es lo primero que va a ver y cuando lo lea decidirá si abrir o no el e-mail.
- No agobiar: no se debe mandar mensajes iguales a la vez en un mismo día.
- Analizar la lista de correo para buscar usuarios menos activos y dedicarles mensajes exclusivos.

Nuestro lema es la profesionalidad y el buen trato

Procesos que se deben seguir para enviar un e-mail y conseguir hacer de nuestra aplicación, una buena forma de comprar sin necesidad de salir de casa:

1. El primer contacto: Fomentar la confianza del cliente con dos e-mails:
 - Bienvenida: para demostrar que su primera compra realizada es importante para nuestra marca, dar gracias y una bienvenida a la comunidad.
 - E-mail newsletter: Estrategia de contenidos y bastantes novedades sobre las que poner al día al cliente.
 - Felicitación: e.-mails para año nuevo, Navidad, Halloween.... Enviar una felicitación vía e-mail es una buena forma de regalarle algún descuento a nuestro cliente.



La calidad está en la búsqueda

2. E-mail de ofertas, novedades, noticias...de forma personalizada para convencer al cliente y ganarte su confianza.

3. El e-mail de visión del cliente: mensajes en los cuales logras que el cliente recomiende nuestra marca a otras personas de su entorno

Vía web

Otro medio de ganar clientes y muchas ventajas es, crear una página web para nuestra empresa.

Las siguientes características de la web son muy importantes ya que en ella está la visión y el modelo de la aplicación:

- **Diseño profesional:** la página web de nuestra empresa debe contar con un diseño profesional que proyecte la imagen de una empresa seria (a diferencia de un diseño poco trabajado que podría proyectar la imagen de una empresa informal o austera).
- **Diseño atractivo:** además de un diseño profesional, el diseño de nuestra página web debe ser atractivo, a tal punto que capte la atención del usuario y lo incite a comprar (en caso de tener dicha opción), o que simplemente lo incite a permanecer el mayor tiempo posible en la web.
- **Fácil y rápida navegación:** la navegación de nuestra página web debe ser sencilla, de tal modo que el usuario pueda encontrar fácilmente lo que busca y, a la vez, debe ser rápida (debe cargar rápidamente), de modo que evitemos que el usuario pueda decidir irse por falta de paciencia. En este apartado se logra ya que la búsqueda se realiza de forma autónoma a partir de una fotografía.
- **Actualización constante:** nuestra página web debe ser actualizada constantemente, de modo que el público sepa que detrás de la página existe siempre alguien que puede atenderlo (a diferencia de una página web poco actualizada, que podría proyectar la imagen de una empresa descuidada). Se logra, puesto que las actualizaciones son diarias y en tiempo real.
- **Información de productos o servicios:** nuestros productos o servicios deben contar con una clara descripción que resalte sus principales características y, de ser posible, incluir imágenes de nuestros productos o de nosotros (nuestro personal) realizando los servicios.
- **-Descripción de la empresa:** una descripción de nuestra empresa que incluya, por ejemplo, una breve historia de ésta e imágenes de sus instalaciones, podría ayudarnos a crear la sensación de confianza necesaria para que el público se decida por comprarnos o visitarnos. Es importante poner nuestro eslogan (La calidad está en la búsqueda)
- **Localización:** en nuestra página debe estar ubicada el lugar prominente la dirección física de nuestra empresa, así como indicaciones precisas de cómo llegar a ella y contar con un mapa en donde podríamos señalar lugares conocidos que puedan servir de referencia para ubicarnos.



La calidad está en la búsqueda

- Formas de contacto: incluir varias formas a través de las cuales el público pueda comunicarse con nosotros; además de señalar nuestros números telefónicos y dirección de correo electrónico, podríamos incluir también un formulario de contacto y/o un chat en vivo.
- Horario de atención: incluir nuestros horarios de atención; no hay nada peor que un cliente nos haya ubicado en Internet, y que al momento de visitarnos se encuentre con la sorpresa de que no estamos atendiendo.
- Sección de sugerencias: contar con una sección para que el público realice comentarios o sugerencias nos ayudará a obtener información valiosa sobre qué podríamos estar haciendo mal, pero también, a conocer mejor los gustos y preferencias del público.

Redes sociales

Las Redes Sociales son una clave muy importante para la empresa para fortalecer sus relaciones con los clientes de una forma atractiva y con las siguientes ventajas:

- Monitorear la actividad de la página de la empresa
- Buscar nuevos clientes y facilitar las relaciones con marcas influyentes para la empresa.
- Dar a conocer la empresa y obtener información relevante para ella a través de preguntas a distintos grupos que pueden crearse.
- Hacer negocios con consumidores jóvenes, usuarios iniciales.
- Averiguar lo que se está hablando de la marca, permitiendo dar respuesta directa a dudas de clientes, críticas, así como promocionar productos, brindar servicio al consumidor, investigación de mercado, etc.
- Negocios con mercancía visual que permite a los usuarios comprometerse con la marca e industria.
- Negocios cuyos productos pueden promocionarse de mejor manera a través de tutoriales y demostraciones.
- Marcas que puedan producir y beneficiarse de vídeos de calidad.

Lista de redes sociales que utilizaría nuestra empresa:

- YouTube
- Pinterest
- Twitter
- Facebook
- Google+