
RELACIONES CON LOS CLIENTES

Debido a que el mundo de los negocios está cambiando, sobre todo como resultado de la integración de nuevas tecnologías en las relaciones entre empresas y clientes, la competencia se hace cada vez más dura y, en consecuencia, los clientes pueden elegir a sus proveedores o cambiarlos. Por eso debido a la gran competencia nosotros nos diferenciamos de las demás en que nosotros tendremos dos formas de llegar al público, por un lado les atenderemos en persona en el ámbito del bar, cara al cliente, y por otro lado tendremos una página web mediante la cual podremos ofrecer al cliente todos nuestros productos y servicios, la cual tendrá una forma de reservas para los espacios de ocio. Además podrán ver los diversos bonos de clientes que vamos a ofrecer y la carta de menú que tendremos.

Usando el modelo de la CMR (gestión de relaciones con el cliente) vamos a fortalecer la relación entre la empresa y los clientes mediante distintos componentes:

Preventa: El local debe de destacar a la vista de los clientes, para que le entren la curiosidad y entren. Para ello, estamos situados en una zona transitada de Logroño. Además, nos aprovechamos que tenemos una parada de bus cerca para atraer a los clientes con más facilidad.

Ventas: Ofrecer nuestros servicios de entretenimiento y comida. Atenderemos a nuestros clientes que tengan algún tipo de déficit alimenticio, como por ejemplo intolerantes a la lactosa o celíacos. Para ellos tendremos un menú a parte para que puedan disfrutar del rato sin ningún tipo de problema.

Gestión de Servicio al Cliente: Vamos a enfocarlo al bienestar de los clientes en nuestro local. Al ser un espacio de ocio, el principal objetivo es estar a gusto y crear un ambiente tranquilo y de armonía. En cuanto a la gente con algún tipo de discapacidad, tendremos rampas que le facilitarán el acceso al local y les ofreceremos ayuda de cualquier tipo.

Posventa: Tenemos pensado que para que vuelva el cliente, a parte del sistema de bonos con puntos, daremos pequeñas tarjetas donde pondrá la localización del bar, nuestro número de teléfono y página web.

Si conseguimos hacer todos los puntos anteriores, tendremos una buena oportunidad de poder resaltar, y poder –por una vez más- diferenciarlos de la competencia.