

RELACIONES CON LOS CLIENTES.

Combinación de un servicio automatizado a través de la web para que los clientes puedan realizar sus pedidos, sin necesidad de acudir a una tienda física, junto a un servicio personalizado de atención al cliente para resolver las dudas y problemas.

Otra forma que dispondríamos de resolver dudas y problemas con los clientes, sería mediante el uso de redes sociales, la más utilizada sería Twitter, como hemos comentado en el punto "Canales". Usaríamos esta red social puesto que es una de las más utilizadas por empresas, personas físicas, etc.

En cuanto a la fidelización de clientes se enfoca en el crecimiento y la retención de los mismos. Enfocando este ámbito específicamente a constructoras y fondos de inversión y no tanto a clientes particulares. Esto se debe a que son este tipo de clientes los que van a requerir en más de una ocasión de nuestro producto y servicios.

El servicio post venta lo desarrollaríamos como ya comentaremos en "fuentes de ingreso" mediante dos años de garantía obligatoria al adquirir el producto, ampliable mediante el pago de una prima extra, de esta manera el cliente podrá tener más seguridad al momento de la compra y la certeza de que su producto en caso de algún fallo podrá ser sustituido.