

Relaciones con los clientes



Se van a implementar algunas técnicas de fidelización como:

- Nombrar al cliente por su nombre y apellidos al empezar un email o una conversación. Cuanto más se conozca al cliente más duradera será la relación.
- Ser transparente y confiar en el cliente.
- La empresa no es solo el producto que se ofrece, existen otros valores, una filosofía, una imagen, una marca.
- El objetivo que persigue la marca es que los clientes se sienten diferentes y exclusivos. Eso se conoce como experiencia Starbucks.
- Las personas quieren comunicarse con las marcas de “tú a tú”, esto es posible gracias a las redes sociales y a la mensajería instantánea.
- Integrar un blog dentro de la estrategia de marketing puede suponer la diferencia de la empresa frente a otras.
- El envío de un mensaje instantáneo o un email con las nuevas actualizaciones que tiene la empresa puede ser un arma de seducción muy potente.
- Incluir apartados en la página web cómo “Quiénes somos” o “Nuestra filosofía”
- Utilizar las nuevas tecnologías para darse a conocer puede ser de gran ayuda para hacerse ver y atraer nuevos clientes.