

6. Relación clientes.

La relación que vamos a establecer con nuestros clientes va a ser básicamente automatizada/semi automatizada, por varias razones:

- El producto es un modelo estándar para todos los clientes.
- Su distribución se va a llevar a cabo en las diferentes grandes superficies de venta de productos deportivos acordadas por la empresa o a través de la página web.
- Capacidad de personalización exclusivamente online, a través de la página web oficial de la marca.

Para mantener a nuestros clientes será necesario la creación de ofertas, promociones especiales, descuentos o regalos a aquellos clientes que acumulen una cifra mínima de compra de productos.

Para integrar a nuestros clientes llevaremos a cabo la creación de suscripciones a la personas interesadas en nuestros productos, por medio de la adquisición de una tarjeta con un código que otorga la capacidad de unirse a un foro de personas en tiempo real, y el envío de nuestras nuevas ofertas a través de redes sociales y correos electrónicos, al igual que otras de las principales marcas del sector.

