

Relaciones con los clientes

Además de mantener una clara propuesta de calidad en la formación tanto teórica como práctica queremos ofrecer una ventaja competitiva y sostenible respecto al resto de academias de formación sanitaria. En este caso, dicha ventaja será por la gran oferta de formación en múltiples niveles de edad.

Otro factor que ayuda a consolidar el posicionamiento de la academia en la mente del cliente es el valor añadido que tiene el servicio ofrecido, es decir, aquellos elementos que refuerzan la calidad del servicio ofrecido y permiten obtener al cliente la satisfacción de cubrir su necesidad de la mejor manera posible. Dichos elementos que se mencionan a continuación, ayudan a fidelizar al cliente a la empresa puesto que refuerza la imagen del negocio cara al público. De este modo, el valor añadido al servicio ofrecido se puede obtener mediante los siguientes servicios suplementarios:

- Fácil acceso a la información: aquella persona interesada en adquirir información sobre la academia la podrá encontrar acudiendo al mismo centro, donde se le facilitará mediante una explicación por parte de la persona de recepción acompañada de un folleto con la información relevante del centro, así como una visita guiada por el centro si así lo desea la persona interesada.
- Otra vía será la página web de la academia, donde estará detallada toda la información sobre la empresa así como el teléfono de contacto y correo electrónico, para que el cliente pueda hacer cualquier consulta personal sin tener que desplazarse a la academia necesariamente.
- Planes personalizados para empresas que se podrán solicitar tanto vía web como presencial o a "domicilio".
- Ofrecer ofertas en formaciones y materiales en venta para clientes consolidados para mantenerlos ligados a nuestros servicios.