

# RELACIÓN CON

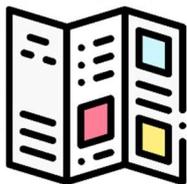


## los clientes

En cuanto al tipo de relación con los clientes, la relación va a ser directa, es decir, que los clientes adquieren nuestro producto sin necesidad de intermediarios. Los clientes contactan con nuestra empresa directamente para la adquisición del producto. En un principio, llevaremos a cabo esta estrategia al comienzo del negocio, es decir, que en cuanto el producto se dé a conocer y tenga una cierta reputación, se pasará un tipo de relación con los clientes indirecta, esto es, que los clientes conseguirán nuestro producto a través de intermediarios como puede ser el caso de Media Markt, Fnac, El Corte Inglés o Worten.

Siguiendo con el bloque de la relación con los clientes, nos vamos a centrar en el vínculo establecido con los clientes. En el caso de Seif, será un vínculo transnacional, el cual su finalidad es establecer unos vínculos esporádicos con el cliente, resumiendo, una compra puntual. Lo que establece una relación fácil de dejar o de romper por parte de tu cliente ya que no hay ninguna barrera de salida que le retenga.

Lo siguiente a tratar será la intimidad de la relación con los clientes. En este caso se trata de una relación automatizada, la cual consiste en que el cliente consigue el producto a través de una máquina. Lo que supone un bajo contacto entre tu proyecto y tus clientes. Además, nuestra idea es dar una garantía a nuestros clientes para conseguir su confianza. Esto pretendemos hacerlo mediante un servicio gratuito de asistencia técnica, de tal manera que, si el reloj presenta algún fallo, nos encargaremos de arreglarlo de manera gratuita. Asimismo, los clientes que ya tengan un reloj y quieran cambiarlo pasado los años, les daremos la oportunidad de devolver su antiguo reloj lo que le dará una rebaja de entre un 35% y un 50% para el nuevo reloj.



Esto es todo en cuanto a la relación con los clientes. Aun así, nuestra idea para dar a conocer el producto a nuevos clientes es promocionar este en medios de comunicación, en las redes sociales, publicidad en internet, en charlas organizadas por la empresa o en distintos tipos de propaganda.