

Nuestros clientes en todo momento podrán solicitar antes de contratarnos entrevistas y reuniones presenciales, creemos que si establecemos contacto directo con ellos antes de que nos contraten será más fácil que se suscriban, nos gustaría tener una relación estrecha con todos nuestros clientes, lo que creemos que nos ayudará a vender más productos y conseguir más clientes. Además el equipo de mantenimiento estará siempre al servicio del hipermercado para garantizar el funcionamiento de todos los dispositivos y de la aplicación web, lo que les dará más confianza y seguridad en nosotros.

Mantener una relación estrecha con los clientes también nos beneficiará a la hora de saber en qué podemos mejorar ya que estos tendrán más confianza para aconsejarnos. Esto podrá mejorar nuestro producto e incluso nuestra interacción con los demás clientes. A través de las dos diferentes suscripciones podemos integrar al cliente en el proyecto.

Cuando alguien se suscriba a nuestra aplicación recibirá **newsletters** semanales. Los **newsletters** noticias y promociones semanales sobre nuestro producto que les llegarán semanalmente por correo electrónico a nuestros clientes. Estos mensajes contendrán ofertas como 2x1 en la compra de dispositivos y noticias sobre actualizaciones de la aplicación. Con estas noticias conseguimos que el cliente se enganche. La clave de esta técnica no es avasallar al cliente con continuas informaciones irrelevantes. Sino ofrecer aquello que interesa de verdad. Existen varios aspectos en los que hay que trabajar para cuidar el buen funcionamiento del **newsletters**.

El diseño, la creatividad del boletín del correo, los contenidos... Aunque aspectos del boletín como el asunto o la firma no parezcan tan importantes, son dos elementos clave que nos ayudarán. El asunto del correo es lo primero que van a leer los supermercados antes de entrar al correo por eso tiene que ser un título llamativo y que atraiga. La frecuencia de envío es un factor determinante a la hora de enganchar al supermercado, hay que buscar un equilibrio, ni enviar muchos pero tampoco enviar nada. Para conseguir resultados hay que ser constantes, los humanos funcionamos por costumbres y pautas diarias, por lo que para engancharlos hay que empezar por aquí.

Además aparte de estas newsletters también recibirán folletos informativos sobre la aplicación para sus clientes. Estos a través de estos folletos podrán ver el funcionamiento de la aplicación y cómo funciona así se les hará más fácil la utilización tanto del dispositivo como de la aplicación en su móvil.

En conclusión para nosotros es muy importante tener una relación estrecha y de confianza con nuestros clientes para poder seguir con ellos y para obtener mejores resultados.

Ejemplo de **newsletter**:

# ¡NAVIDAD!

ESTE MES UN 20%  
DE DESCUENTO

**¡MERKAMAP TE REGALA OFERTAS!**

A partir del 15 de NOVIEMBRE te hacemos un 20% de descuento en los dispositivos.

**MERKAMAP y  
AWESAFE**

