

RELACIONES CON LOS CLIENTES

No menos importante, que el resto de elementos, es el tipo de relaciones que quieres establecer con cada uno de nuestros segmentos de clientes. Relaciones con nuestros clientes : entre otras, personales (cara a cara, telefónicas, etc.), automatizadas (a través de tecnología como e-mail, buzones...), a través de terceros (externalización de servicios), individuales (personalizadas), colectivas (a través de comunidades de usuarios). “La clave aquí es cómo vamos a conectar nuestra clase propuesta de valor con el cliente.