

6. RELACIONES DE CLIENTES

La relación que tenemos con nuestros clientes será indispensable para el negocio y para asegurar una buena relación con dichos mencionados hemos prestado diferentes tipos de comunicación que nos ayudarán a mejorar la calidad del mensaje entre empresa y cliente.

En este apartado se define el tipo de relaciones que la empresa quiere establecer con cada uno de sus segmentos de clientes. Éstas pueden ser, entre otras, personales (cara a cara, telefónicas, etc.), automatizadas (a través de tecnología como e-mail, buzones, etc.), a través de terceros (externalización de servicios), individuales (personalizadas), colectivas (a través de comunidades de usuarios).

Nosotros al ser nueva en el mercado buscaremos hacer énfasis en la cercanía entre empresa y sus clientes, y promoverá el feedback constante entre los mismos.



Para ello se utilizarán los siguientes medios:

Personales: visitas presenciales a clientes, llamadas telefónicas, etc.

Virtuales: correo electrónico, redes sociales, videoconferencias, etc.

Asistencia personal: el cliente puede comunicarse con cualquier persona de la compañía, independientemente de su cargo. Desde un ejecutivo, un jefe o el mismo emprendedor, si es necesario.

- Asistencia personal exclusiva: el cliente tiene asignada una persona que se dedica exclusivamente a su atención.

Autoservicio: el cliente puede solucionar por su propia cuenta sus necesidades y la empresa debe facilitar los sistemas que permitan la gestión.

- Servicios automáticos: similares al autoservicio, con la diferencia de que toda la resolución de requerimientos está gestionada de antemano, con lo que el cliente obtiene de manera más cómoda las respuestas que necesita.
- Comunidades: los clientes disponen de un sistema que les permite comunicarse unos con otros, con lo cual pueden buscar soluciones en conjunto.