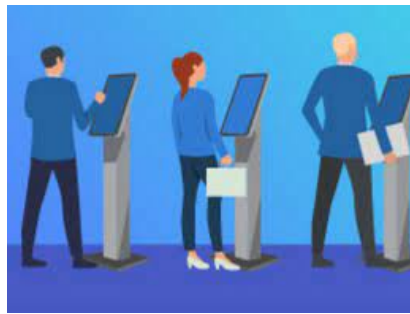


RELACIONES CON LOS CLIENTES

A parte de tener en cuenta el segmento de mercado y los canales de comunicación con los futuros clientes, es muy importante cuidar la **relación** que se tiene con los mismos.

La gestión de las relaciones con los clientes se llevará a cabo mediante dos maneras. Por una parte, es indispensable contar con un **sistema de autoservicio**. Gracias a este, los clientes realizan la compra del producto y solucionan sus problemas sin intermediarios, de manera que se agilizan los procesos y los consumidores son más autónomos. Aunque esta no será la relación que se fomente, ayudará a dar los primeros pasos en la creación de la empresa y la distribución del producto.



FALTA LA PÁGINA WEB

El sistema de autoservicio se pondrá en marcha a través de la *web online* que constará de un apartado para aclarar dudas y problemas respecto al producto en un tiempo de respuesta menor a 48h.

Por otra parte, también se pondrá a disposición de los clientes un sistema de **asistencia personal**. Se creará un *grupo de representantes de la empresa* para realizar dicha tarea, cada uno de los integrantes realizará reuniones (presenciales, telefónicas y virtuales) con los diferentes clientes potenciales. Además, estará presente en todas las fases de la venta de las gafas antidiscriminación.



Para finalizar, se dispondrá de una plataforma para conocer e interactuar con los clientes y resolver sus dudas a la que se podrá acceder mediante la página web. Dicha **comunidad** hará posible que tanto los clientes se relacionen con la empresa y viceversa como los clientes puedan intercambiar información entre ellos.

