

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Un aspecto esencial es el tipo de relación que la empresa establecerá con sus distintos segmentos de mercado. Diveresku se plantea diferentes tipos de relaciones, desde una relación de tipo personal y cara a cara con cada cliente, hasta una relación automatizada sirviéndose de las redes sociales y la propia página web.

Entre los tipos de relaciones que se pueden establecer entre Diveresku y los distintos segmentos de clientes se encuentran:

1. **Asistencia personal:** es el tipo de relación más directa y valiosa para los clientes, y se genera cuando los clientes son atendidos directamente por el personal de Diveresku a la hora de adquirir los productos. Se da además una asistencia individualizada cuando se diseñan los productos de forma personalizada.
2. **Autoservicio:** este tipo de relación es indirecta, en ella los clientes se atienden ellos mismos, es decir, van a la tienda online o a las plataformas de venta (Amazon y Aliexpress), eligiendo ellos mismos los productos, valiéndose de las opiniones, la reputación y puntuación asignada por los clientes.
3. **Servicios automatizados:** este es una relación indirecta; este tipo de servicios simula la atención directa al cliente basado en un proceso informático automatizado. Dentro de esta relación encajan igualmente el chatbot de la página web.
4. **Comunidades de usuarios:** este tipo de relación se genera en las redes sociales y en una sección de foro dentro la propia página web, brindando una atención a un grupo de clientes o comunidad de clientes, generando una comunicación constante entre Diveresku y los propios clientes.
5. **Co-creación:** este tipo de relación directa va unido a la asistencia personal, se genera a través del servicio de personalización de las manoplas, en el cual Diveresku diseña y crea junto a la persona usuaria sus manoplas y piezas intercambiables en función de las necesidades individuales.

Diveresku busca con este tipo de relaciones, crear un vínculo a largo plazo con sus clientes y generar la fidelización con la marca.