



6. RELACIONES CON LOS CLIENTES

La estrategia de relaciones de nuestra empresa con los clientes potenciales y existentes tiene tres vertientes:

a) Captación de nuevos clientes.

Entendemos fundamental realizar una **campaña informativa** del tipo de servicio que ofrecemos que sea **cercana y atractiva**, dado que no es muy conocida por las empresas la posibilidad de emplear al sector de población con el que trabajamos (exconvictos, personas que han superado todo tipo de adicciones...).

Para ello hay que publicitarse en las **redes sociales** que llegan al cliente de forma casi involuntaria (facebook, twitter) y por supuesto, una vez que hayamos captado su atención, ofrecer una **página web** atractiva y de fácil acceso y navegación, con una información muy clara y sencilla.

Los dos principales **factores** que pueden hacernos **captar la atención y el interés de las empresas** clientes son los siguientes:

- Se ofrece contratar a personas que buscan una segunda oportunidad, es decir, reintegrarse en la sociedad y en el mercado laboral. Por eso están incluidas en los llamados **grupos de difícil inserción laboral**, y el empresario que las contrate va a contar con unas **importantísimas bonificaciones en las cuotas de la seguridad social** que tiene que pagar mensualmente.
- Los trabajadores que ofrecemos a las empresas tienen un **continuo seguimiento emocional y psicológico** y se garantiza un comportamiento controlado en las empresas, ventaja con la que no se cuenta si se contrata a cualquier otra persona. Además reciben una **formación continua especializada** en las tareas que va a



desarrollar en la empresa que las contrate, por lo que ese es un esfuerzo que no tiene que realizar el empresario como ocurre con el resto de trabajadores.

b) Retener a los clientes existentes.

Es imprescindible **mantener y aumentar la confianza** de las empresas que contratan a nuestros trabajadores. Por eso hay que evitar que prescindan de ellos y contraten mano de obra “convencional”, digamos.

Para ello, es necesario mantener un **canal de comunicación muy abierto, activo y constante** con la empresa, para evaluar el nivel de satisfacción con nuestros trabajadores, detectar posibles deficiencias en la prestación de servicio y corregirlas, consultar las nuevas necesidades que tenga la empresa, y preparar a los trabajadores para que puedan cubrirlas. Estas son tareas que los empresarios, de no contar con nuestra empresas, deberían asumir y costear ellos mismos. Es decir, mantendríamos a sus trabajadores al día y aumentaríamos sus herramientas y habilidades.

c) Aumentar las ventas.

La principal estrategia para hacer nuevos clientes se basa en dos líneas de actuación:

- **Difundir activamente los éxitos conseguidos con los clientes actuales y su nivel de satisfacción.** Para ello sería conveniente que las empresas clientes contaran sus propias experiencias a clientes potenciales en charlas, visitas, prensa....
- **Aumentar los sectores de negocio en los que nuestros trabajadores puedan prestar sus servicios.** Hay que sondear nuevas actividades que están en auge en las que puedan trabajar satisfactoriamente y formarles profesionalmente para ello (teletrabajo, teleoperadores, ingreso de datos en empresas informáticas....).