



@cuidare.es



634433762

6.RELACIONES CON LOS CLIENTES

En nuestra empresa gracias a nuestra **segmentación del mercado** atraemos a un gran número de clientes. Al dirigirnos a un grupo de mercado **masivo** nuestra empresa puede atraer e interesar a un montón de personas, pero para esto tenemos que hacer conocer a los clientes sobre nuestros servicios. Para esto haremos diferentes **publicidades** enfocándonos en nuestra segmentación de mercado.

Las **estrategias** que usaremos para conectar el servicio que ofrecemos a nuestros clientes y dar a conocer nuestra empresa serán varias. Con estas estrategias queremos llegar al **mayor público** posible y para eso estudiaremos a profundo nuestra segmentación de mercado.

Para llegar a nuestros clientes tendremos un servicio de personas que llamen a posibles clientes que entren dentro del segmento del mercado y que habremos estudiado previamente sobre ellos para dar a conocer nuestra empresa.

Los **objetivos** que tenemos son tres principalmente, que son conseguir nuevos clientes o consumidores, retener a los clientes y aumentar las ventas.

- El primer objetivo es **conseguir nuevos clientes**. La adquisición de clientes es el proceso de persuadir a un cliente para que seleccione el producto de su organización sobre las opciones disponibles en el mercado.

Para cumplir este objetivo primero tendremos un **servicio de personas que llamen** a posibles clientes que entren dentro del segmento del mercado y que habremos estudiado previamente sobre ellos para dar a conocer nuestra empresa. También se encargarán de mandar **emails publicitarios** hablando de los servicios que ofrecemos. Y el último método que utilizaremos para publicitarnos son las **redes sociales**. Las redes sociales son la forma más efectiva en estos tiempos y nos pueden ayudar mucho a hacer llegar nuestros servicios a todas las personas que les puedan interesar.

Para atraer su atención **usamos palabras que les gusta escuchar** a los clientes, como por ejemplo, innovar, ayudar, cuidar, etc. Siempre tratamos de dirigirnos a ellos con cuidado de no decir cosas que les puedan ofender o incomodar y usar palabras cercanas a ellos y que puedan hacerles sentir que somos una empresa fiable y que se preocupa por los clientes.

- El segundo objetivo es **la retención de clientes**. Se refiere a la relación a largo plazo que establecemos con estos. Cuantos más clientes repetidos tengamos, más nos aseguramos de tener éxito y de adquirir clientes adicionales.

Para cumplir este objetivo utilizaremos varias **estrategias**:



@cuidare.es



634433762

- Los clientes son más fieles a las marcas con las que **se identifican** o que consideran que representan rasgos, por eso con nuestra empresa queremos representar que somos una empresa que ayuda a que todo el mundo pueda cumplir sus necesidades, y si no pueden hacerlo solos, que tengan personas que les ayuden. Esto lo representamos en nuestro logo. La casa de nuestro logo representa un hogar.

- Utilizamos **pruebas sociales positivas**, en nuestra web nuestros clientes pueden ver cómo el uso de su producto mejorará su posición social y así tendremos más probabilidades de ayudar a la empresa a retener a los clientes a largo plazo.

NUESTRA WEB: [Inicio | Cuidare \(mikelgorostiaga4.wixsite.com\)](http://Inicio | Cuidare (mikelgorostiaga4.wixsite.com))

- Otra estrategia es **invocar el ego interno** de los clientes. Estos se inclinan automáticamente más hacia un producto en función de cuánto refleja las cualidades que sienten que existen en ellos mismos. Esto se llama egoísmo implícito y puede ser un arma muy eficaz. Esto puede beneficiarnos mucho, ya que hay un gran número de cualidades con las que los posibles clientes se pueden identificar. Ya sean limpiar, cocinar, cuidar de personas, etc o la necesidad de recibir este tipo de servicios.

- Si **reducimos sus puntos de dolor**, los clientes verán que resolvemos sus problemas y los retendremos por mucho más tiempo. Esta es nuestra estrategia más fundamental, ya que nos dedicamos a solucionar problemas de todo el mundo, como la falta de trabajo, la falta de tiempo o la incapacidad de realizar tareas básicas.

- Que el **presupuesto sea insignificante** en comparación a los beneficios. Al poner precios no muy elevados y hacer descuentos de vez en cuando mantendremos a los clientes satisfechos y querrán seguir con nuestra empresa.

• El último objetivo es **aumentar las ventas**. Las empresas siempre se centran en aumentar sus ventas y a menudo utilizan una estrategia llamada «upselling» que requiere que los representantes convencan al cliente de que compre más productos de su empresa.

Para aumentar las ventas utilizaremos una técnica. Esta consiste en **conocer el perfil del cliente**, centrándonos especialmente en su economía, su demografía, sus preferencias y sus aspiraciones sociales.

