

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La relación con cada uno de nuestros segmentos de clientes es fundamental, hemos definido estrategias que nos van a permitir adquirir, retener y hacer crecer el número de consumidores.

Para ello hemos tenido en cuenta los canales que hemos seleccionado para comunicar nuestra propuesta de valor, definidos según las características de cada uno de nuestros segmentos de clientes.

Nuestra **tienda física** nos va a permitir una relación con nuestros clientes, directa y personal, estaremos a su disposición para asesorarles y poder resolver todas sus dudas. De esta manera vamos a conseguir fomentar la confianza y participación de los consumidores conociendo sus opiniones y sugerencias.

Sabemos que el **“boca a boca”** es fundamental para dar a conocer nuestro producto sobre todo en la primera etapa de lanzamiento, por eso es un objetivo prioritario, hacer que la experiencia de los clientes sea suficientemente buena como para que la compartan.



Vamos a promocionar nuestros productos con **elaboraciones mensuales** que vamos a ofrecer a un precio inferior, invitando así a nuestros clientes a probarlos.

También vamos a realizar **concursos** destinados a los niños, nuestros envases son reutilizables, vamos a premiar la elaboración más original realizada por los niños en casa.



A través de la **página web** vamos a hacer llegar nuestro trabajo a los consumidores, van a ver todas las variedades de producto, también pueden consultar los ingredientes y valores nutricionales de los mismos, les vamos a mostrar videos de su elaboración y les vamos a informar de las novedades que se van a ir incorporando. Vamos a promover la imagen de la empresa y a convertir a sus visitantes en futuros clientes.

Los clientes van a poder contactar con nosotros y vamos a resolver sus dudas.



En las **redes sociales** nos vamos a dar a conocer incluso antes de que nuestro producto esté disponible, vamos a despertar el interés de clientes potenciales que pasaran a ser futuros clientes.

También nos van a permitir escuchar a nuestros clientes, sabiendo qué piensan de nuestros productos de una manera económica y rápida. Y vamos a dar respuesta de forma eficaz, directa, inmediata, honesta y coherente.

En las redes sociales vamos a informar de nuestra localización, horarios y datos de contacto.

En **Instagram**, vamos a invitar a nuestros clientes a colgar fotos de nuestros productos a través de concursos semanales y entre los participantes vamos a sortear un pack compuesto por seis de nuestras elaboraciones.

También, a través de los stories vamos a realizar encuestas, conociendo así las preferencias de los consumidores.

En **Facebook** vamos a compartir publicaciones e historias para fomentar la interacción. Vamos a publicar fotos, ilustraciones y sobre todo videos, del equipo, de las instalaciones y de los procesos de elaboración.

Vamos a informar de las ofertas y noticias, recibiendo sus comentarios, a los que vamos a responder.

Las **ferias** nos van a ayudar a ganar visibilidad e interactuar con potenciales clientes o socios que nos permitan incrementar las relaciones comerciales y a consolidar la marca. Vamos a mostrar videos del trabajo en nuestro obrador, organizar sesiones de elaboración en directo de nuestros productos y posteriores degustaciones.

Como estrategia para atraer a futuros clientes a nuestro stand, en la entrada se van a entregar envases vacíos y se va a invitar a los visitantes a que pasen a conocernos, al entregarnos su envase van a ver el proceso de elaboración y probar nuestros productos.

Vamos a estar en contacto permanente con los principales **blogueros gastronómicos**, con los que ya nos hemos puesto en contacto, les vamos a dar a conocer nuestro producto antes de que esté disponible en los puntos de venta, les vamos a organizar degustaciones y periódicamente se les va a invitar a visitar nuestro establecimiento para que puedan conocer las novedades. Van a ser nuestro escaparate digital.

Otra estrategia importante para nosotros es la **cocreación**, de esta manera podemos lograr ofrecer al cliente lo que realmente necesita y quiere. Vamos a tener en cuenta sus opiniones directas al adquirir nuestros productos y los datos obtenidos en las encuestas realizadas en redes sociales.

