

RELACIONES CON CLIENTES

Antes de describir cómo será la relación con los clientes, queremos definir nuestro público objetivo. Nuestro target se divide en tres grupos:

- Gente joven que se acaba de independizar
- Familias formadas por más de dos miembros, que compran en grandes cantidades y buscan ofertas
- Personas de la tercera edad

Una vez definido nuestro público objetivo, indicamos cómo será la relación con nuestros clientes:

La gestión de la relación con el cliente tiene como objetivo principal fidelizar al consumidor manteniendo con él un vínculo a largo plazo para, de esa forma, convertirlo en un legítimo defensor de la marca. Para ello, debemos mantener un diálogo constante con el consumidor y para conseguirlo deberemos poner en marcha los siguientes pasos:

1. **Base fuerte en las estrategias de CRM** (Gestión de Relación con los Clientes). Más que un software que recopila y reúne información de clientes actuales y potenciales, un CRM es también una metodología para nutrir la relación con el cliente.
2. **Planificar estrategias de marketing** para personalizar las comunicaciones con los clientes (paid media, mailings, etc.)
3. **Potenciar la atención al cliente**
4. **Potenciar estrategias de venta**

Si hablamos de niveles, nuestro nivel de relación con el cliente será proactiva. Esto es, los vendedores ya realizan el seguimiento de ventas de forma continua y están siempre en contacto con los clientes.

Además, empiezan a aplicarse las primeras estrategias personalizadas de cross-sell y up-sell y la experiencia del cliente alcanza un nuevo nivel. En esta etapa, el equipo de ventas es maduro y sabe que debe centrarse en resolver los problemas y malestares de los clientes en primer lugar, actuando como consultores para encontrar la oferta ideal para cada consumidor.