

## Relaciones con los clientes

Nuestro público objetivo son **todas esas personas que no estén viviendo su vida a gusto debido a problemas** que no saben identificar como probablemente sean miedos, traumas o fobias. En pocas palabras, **tratamos de cubrir la necesidad que tienen las personas** que conforman la sociedad **de sanar su mente para tener un bienestar completo.**

La cifra de ventas es una variable decisiva a la hora de determinar la rentabilidad de una empresa. Por ello, desde *Healway*, hemos establecido una serie de estrategias para conseguir aumentar ventas en nuestra página:

- **Descuentos por pack.** Cuando un cliente adquiera 2 servicios o más, haremos un descuento de a partir del 5%, porcentaje que aumentará conforme más servicios contrate.
- **Descuentos por rellenar las encuestas y formularios** que vayamos haciendo, como encuestas de satisfacción.
- **Descuento por fidelidad.** Si el cliente lleva contratando nuestros servicios 3 meses o más, se le dará una tarjeta donde podrá acumular puntos que posteriormente podrán canjear a modo de descuento.

### Reconocimiento de marca

Es una métrica que nos permitirá medir cuánto y de qué manera somos reconocidas por los consumidores, con el objetivo de ser percibidas de manera positiva. Así, buscamos lograr notoriedad, obteniendo una ventaja competitiva.

Es por ello que nos planteamos dos preguntas, siendo la primera de ellas ¿Por qué es importante el reconocimiento de marca para *Healway*?

- Fomenta la confianza, ya que en nuestro caso la opinión y experiencia de otros usuarios será primordial para que los posibles clientes tomen la decisión de contratar alguno de nuestros servicios.
- Construye valor: El valor de marca describe un valor determinado por las experiencias del consumidor y la percepción general de la marca. Las experiencias positivas crean un valor de marca positivo, mientras que las percepciones y experiencias negativas construyen un valor de marca negativo. Por lo tanto, es importante que promovamos a nuestros clientes a compartir las experiencias positivas con *Healway*. Esto podemos lograrlo a través de Google My Business, con la atención al cliente en la clínica, o completando una encuesta de satisfacción al finalizar el proceso de cuidado de la salud mental.

Por otro lado, la segunda pregunta que nos planteamos desde *Healway* es ¿qué tenemos que hacer para lograr ese reconocimiento como marca? Desde *HealWay*

tenemos en cuenta que es un proceso, los resultados no se verán de un día para otro. Por ello, hemos adoptado algunas medidas para establecer un reconocimiento de marca sólido, que consiga crear un impacto duradero con nuestra audiencia:

- Nuestra marca es como una persona, no como una empresa. ¿Qué le gustaría saber a la gente de *Healway* si fuera una persona? Buscamos compartir contenido que nos haga ser vistas como una amiga a la que recurrir cuando se necesita ayuda, más que una simple empresa.
- Ser sociales y cercanas. En las publicaciones en redes sociales utilizamos lenguaje cercano, no demasiado técnico. Tratamos temas que nuestros clientes hablarían con sus mejores amigos o amigas, así como información que realmente no esté del todo relacionada con hacer promoción de nuestros servicios pero que sí aumente esa interacción social por medio online para establecer lazos de confianza.
- Storytelling. Se trata de una técnica muy poderosa del marketing, ya que permite ofrecer algo real a la audiencia y así generar una conexión genuina. Buscamos crear una narrativa alrededor de *Healway*, contar nuestra historia. Así será más fácil humanizar la empresa y darle un sentido de profundidad. Exhibir esa narrativa dentro de las campañas de marketing generará una promoción automática a nuestros servicios.

Para fomentar la relación con los clientes tenemos diferentes métodos por los cuales podemos comunicarnos con ellos y fortalecer la relación.

Los métodos que hemos utilizado son los siguientes:

- **Diseño web:** Nuestra página web es uno de los dos canales de distribución con los que contamos y, probablemente, el que toque una audiencia más grande. Desde el equipo de *Healway* somos conscientes de la importancia de contar con una buena página web, intuitiva, sencilla de usar y con un punto de contacto. Hemos tratado de diseñarla con colores y tipografía tranquilas, queremos mostrar que nuestra clínica es un espacio seguro.
- **Redes sociales:** Las redes sociales son probablemente el factor más importante en nuestra estrategia de marketing. Por el momento, estamos trabajando desde Instagram, Facebook y Tiktok. Gracias a nuestra asociación con Meta (Facebook), los algoritmos nos favorecen.

En Tiktok planeamos publicar contenido más relacionado con información útil sobre la salud mental, como una manera de ganar seguidores, que, eventualmente, sucederá. La gente tiene la tendencia de compartir con amigos o familiares mensajes coloridos con información importante. Algunos de los temas que abordaremos son cómo reaccionar ante un ataque de

ansiedad, aceptar nuestras emociones y priorizar nuestra salud mental, prestando atención a los signos de alguien que tal vez necesite ayuda psicológica. También publicaremos entrevistas con profesionales de EMDR que pueden explicar el proceso de curación a través de esta técnica.

En cuanto a Instagram y Facebook, el contenido tendrá el objetivo principal de redirigir al público a nuestro sitio web, donde puede encontrar información sobre nuestros servicios. Las historias en Instagram a menudo incluyen el enlace, de una manera u otra (deslizándose hacia arriba, llamada a botón de acción...), especialmente cada vez que subimos un nuevo post en nuestro blog.

#### - **Email Marketing:**

##### **Marketing por correo gratuito:**

En nuestro sitio web, que también estará vinculado en nuestros perfiles las redes sociales, las personas que visiten nuestra página de contacto verán que tenemos un formulario donde las personas pueden suscribirse a nuestro boletín. Este boletín contendrá ofertas especiales y descuentos, junto con recomendaciones y algunas notas o artículos sobre psicología que pensamos que podrían ser interesantes para nuestros clientes.

##### **Marketing por correo pagado:**

A medida que la empresa crece, tendremos que aumentar la cantidad de dinero que asignamos para cada campaña de marketing también tendrá que ser mayor. En este caso, para la parte postal, buscamos información sobre plataformas como Mailjet, Zoho Campaigns, SendinBlue, Benchmark, SendPulse, Easymailing y Mailify. El que hemos elegido utilizar una vez que nuestra clientela crece es Easymailing, porque cuesta 12€ al mes, es fácil de trabajar e incluye mensajes ilimitados.