

0.6: Relaciones con los clientes

NUESTRA IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa es el conjunto de elementos visuales y auditivos que dan la esencia de nuestra empresa. Para mejorar la experiencia del cliente y sobresalir entre las competencias, nuestra identidad corporativa estará definida por lo siguiente:

Tonalidades de colores

Nuestra paleta de colores serán colores suaves, y, estarán mayormente relacionados con el otoño para dar una sensación de comodidad mezclada con lo ecológico.

La tipografía utilizada

El tipo de letra que ocuparemos para representar satisfacción y comodidad con el uso y renta nuestros bienes y servicios. El tipo de letra que ocuparemos será "League Spartan".

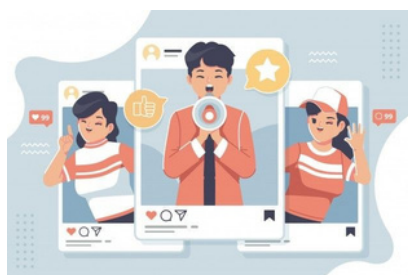
LIQUADINI



VISITAS POTENCIALES DE CLIENTES

Los clientes potenciales son aquellos que muestran un mayor interés en comprar nuestros productos o adquirir nuestros servicios, por ende es necesario saber cómo identificarlos. Para ello, haremos lo siguiente:

- Ofrecerle contenido de valor según sus intereses enseñados (como estrategia de marketing), debido a que esto logra llamar su atención e incrementar el interés por nuestros productos, aumentando las chances que realice alguna compra.
- Identificar los canales usados con mayor frecuencia de nuestro comprador para mejorar su experiencia con la marca y divulgar de mejor forma la experiencia.
- Ofrecer hojas de prueba gratuita para mostrar la utilidad, calidad y su valor (demostrarle que nuestra alternativa es igual de buena y mejor que el bien tradicional) que tienen con el fin de convencerles de comprarnos.
- Ofrecerles una buena experiencia para aumentar en grandes cantidades que compren en nuestra marca, ya que los clientes tienen mucho el trato que se les da al momento de estar realizando una compra en una tienda (o empresa).



RELACIONES PERSONALES CON LOS CLIENTES

Las relaciones con nuestros clientes es lo que nos permite conocer mejor sus necesidades y entender qué es exactamente lo que están buscando, por lo que si se trata de presencial es necesario saber interpretar sus gestos y elección de palabras. Nuestras principales bloques (y métodos que utilizaremos) respecto a las relaciones personales con nuestros clientes serán las siguientes:

personal (presencial): Una relación presencial con nuestro comprador significa que tendremos que verle cara a cara. Para mantener al cliente enganchado con nuestro negocio y modalidad implementaremos serán las siguientes:

- Hacerle sentir seguro y con buen estatus incluso si en ese momento no puede permitirse comprar nuestro producto: Esta medida se basa en fomentar la confianza de nuestro comprador sobre su estatus económico incluso si de momento no puede comprarnos para sembrarle el deseo de ahorrar con propósito de comprarnos lo que deseaba. Aparte de tener beneficios financieros, aporta calidad en la compra al hacerle sentir integrado y respetado en nuestro establecimiento.
- Mantener el mismo trato cálido antes, durante y después del proceso de compra para asegurar que volverá a contactar con nosotros.

Telefónica: Las relaciones telefónicas con clientes aunque no sean cara a cara, siguen siendo de clase personal ya que seguimos interactuando con su voz, por lo que sería necesario.



RELACIONES A DISTANCIA CON LOS CLIENTES

Las relaciones a distancia con nuestros clientes también son importantes ya que (poner algo aquí). Nuestras a distancia con nuestros clientes serán por medio de correo electrónico y se ejecutarán las siguientes medidas para cultivar el lazo:

- Contactarle en momentos oportunos y horarios en los que se hayan acordado la comunicación, de esta forma podremos obtener mayor información asegurada sobre nuestro cliente sin correr riesgo de interrumpir su rutina.
- Cuidar de la redacción y ortografía al momento de responder para evitar malentendidos en la comunicación.
- Ir consultando las preferencias y necesidades de los clientes teniendo en cuenta a su vez nuestros límites como empresa.

