

RELACIONES DE LOS CLIENTES

En este apartado deberéis describir los tipos de relaciones que vuestra empresa u organización va a establecer con el segmento específico de mercado

Relaciones personales: Si mi negocio se basa en la interacción directa con los clientes, puedo enfocarme en establecer relaciones personales sólidas. Esto implica brindar un servicio personalizado y atención individualizada, conocer a mis clientes por su nombre, recordar sus preferencias y proporcionarles un trato especial.

Autoservicio: Si tu modelo de negocio se basa en la automatización y la autogestión, puedo enfocarme en ofrecer una experiencia de autoservicio eficiente. Esto implica proporcionar herramientas y recursos fáciles de usar para que mis clientes puedan resolver sus necesidades por sí mismos, como una plataforma en línea intuitiva o un sistema de atención al cliente automatizado.

Comunidades y co-creación: Puedo fomentar la participación activa de mis clientes en el desarrollo de productos o servicios, creando comunidades en línea donde puedan interactuar y compartir ideas. Esto fortalece la relación al hacer que mis clientes se sientan valorados y parte del proceso de creación.

Asesoramiento personalizado: Si mi negocio se basa en la consultoría o servicios especializados, puedes enfocarte en establecer una relación de asesoramiento personalizado con mis clientes. Esto implica brindarles orientación y recomendaciones personalizadas, entender sus necesidades y metas, y adaptar mis servicios para ayudarles a alcanzar sus objetivos.

Relaciones a largo plazo: Si mi objetivo es construir relaciones a largo plazo con mis clientes, me enfocare en proporcionar un servicio excepcional, mantener una comunicación regular y estar disponible para atender sus necesidades en todo momento. Esto implica cultivar la confianza y la lealtad a lo largo del tiempo, brindando un valor constante y superando las expectativas del cliente.