

6.RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La fidelización de los/as clientes/as, se dividirá en 2 fases:

★ 1ª FASE→ primeros 2 años de apertura de la empresa

- 1) Venta directa u online: El/la cliente/a vendrá directamente a nuestro almacén a comprar los productos deseados, o bien, hará un pedido online que será enviado a su domicilio o punto de recogida
- 2) Aquellas personas que sean miembros o seguidores a través de las redes sociales, recibirán diferentes descuentos a lo largo del año en diferentes productos o en visitas guiadas.
- 3) Actividades promocionales en festivos o en fechas señaladas
Ejemplo de promoción: Pack con un 20% de descuento disponible para todos los públicos.

● Bote de miel de 500 g	→ 10 €	
● Pack de 3 velas de 55 g	→ 6 €	+
● Bote de jalea real 30 g	→ 16 €	
	<hr/>	
	32 €	

El 20% de descuento aplicado a 32 € será de 6,40 €.

32 € (valor primario) - 6,40 € = **25,60 € Pack 20%**

- 4) Ofertas variables de productos en el propio establecimiento (según ventas y producto obtenido)

★ 2ª FASE→ tras los primeros 2 años de andadura

- 1) Se distinguen 2 tipos de grupos de clientes:
 - Personas con plan cliente: a través de una suscripción de **25 €/ año** disfrutarán de ofertas específicas y promociones mensuales además de las promociones generales
 - Personas sin plan cliente: disfrutarán de promociones y ofertas puntuales de menor valor promocionadas tanto en tienda física como a través de redes sociales
- 2) Actividades promocionales en festivos o en fechas señaladas

- 3) Ofertas variables de productos en el propio establecimiento (según ventas y producto obtenido)
- 4) Packs promocionales durante la temporada de cosecha

- Dar a conocer la empresa a través de trípticos publicitarios en pequeños negocios de otros productores/as artesanos/as de los alrededores.

Ejemplos: “Euzki Okindegia”, “Oilobide” de Ainhoa Álava y Aitziber Saez, “Berexa baserria” de Kepa Zalgo o “Segundo Meabe” entre otros.

- Marketing en redes sociales (perfil en Instagram y facebook)
- Anuncios en buscadores de Internet
- Carteles publicitarios en los pequeños comercios del área de influencia
- Boca a boca