

RELACIONES CON CLIENTES

1. ¿Qué tipo de relaciones vas a establecer con tus consumidores/clientes?

La empresa establecerá relaciones principalmente personalizadas y directas. La interacción cara a cara será esencial para explicar la propuesta de valor y abordar cualquier inquietud sobre la recolección de orina y su uso como fertilizante.

2. ¿Cómo sabes que están dispuestos a adquirir tus productos/servicios?

Se llevará a cabo una investigación de mercado y encuestas para comprender las necesidades y actitudes de los agricultores hacia los fertilizantes orgánicos.

3. ¿Cómo sabes que tu oferta es valiosa para los consumidores/clientes?

La oferta se considera valiosa al ofrecer a los agricultores una alternativa económica y sostenible a los fertilizantes convencionales. Se destacarán los ahorros económicos y los beneficios ambientales de utilizar la orina como fertilizante.

4. ¿Cuáles son los beneficios que influyen en el consumidor/cliente para que adquiera este producto o servicio?

Los beneficios incluyen ahorro económico para los agricultores al optar por un fertilizante más asequible, la mejora de la salud del suelo, y la contribución a prácticas agrícolas sostenibles.

5. ¿Cuál es la percepción de los consumidores/clientes con respecto a los productos y servicios ofrecidos por ti?

Se espera que los consumidores perciban la oferta como innovadora y beneficiosa tanto para sus cultivos como para su presupuesto. Se buscará destacar la confiabilidad y eficacia del producto.

8. ¿Tu relación con el cliente va a ser?

Individual o colectiva: Se adaptará la comunicación según las necesidades, brindando información personalizada a los agricultores individualmente y realizando sesiones informativas colectivas según sea necesario.

1. Seguimiento Personalizado:

La empresa implementará un sistema de seguimiento personalizado para establecer relaciones sólidas con los agricultores.

2. Generar Confianza y Lealtad:

La generación de confianza será un pilar fundamental. La empresa proporcionará información transparente sobre el proceso de recolección, tratamiento y beneficios del fertilizante.

3. Servicio Postventa:

Se establecerá un sólido servicio postventa para garantizar la satisfacción continua del cliente. Se brindarán canales de comunicación accesibles para abordar cualquier problema después de la compra.

4. Personalización:

Se adoptará un enfoque personalizado para satisfacer las necesidades agronómicas específicas de cada cliente.

5. Innovación:

La empresa promoverá la innovación continua en el proceso de tratamiento de la orina y en la oferta del fertilizante. Se buscarán constantemente mejoras para maximizar la eficacia del producto y su impacto ambiental.