

6. Comunicación con el cliente.

Para dar a conocer nuestro producto utilizaremos principalmente las redes sociales, cabe destacar que no tendremos un perfil propia de la marca si no que haremos los anuncios publicitarios con las marcas a las que vendamos el sistema y se subirán a las redes de dichas marcas. También habíamos pensado en pagar a algún personaje público con cierta fama en redes para que publicite nuestro sistema y así atraer a más marcas. Hemos decidido estos medios para atraer a la gente joven ya que estos se encuentran en las redes sociales. Este medio es muy utilizado en el sector de la moda ya que los jóvenes pasan una gran parte de su tiempo en redes sociales. Para atraer marcas hacia nuestro sistema crearemos un video de el funcionamiento del sistema de forma privada a las marcas que más nos interesen, en caso de que una marca se muestre atraída por nuestro proyecto se organizará una cena para hablar de todos los detalles, nos parece una forma más cercana para mantener una reunión de trabajo.

En cuanto a la solución de posibles problemas o dudas que puedan surgir a los consumidores, vamos a añadir un pequeño signo de interrogación en una de las esquinas de la pantalla, en este apartado se explicará todo con mucho más detalle. En caso de que el problema continúe siempre podrán dejarnos un mensaje privado por cualquiera de nuestras redes o correo. Habrá un grupo de gente encargada de resolver estos problemas.

En lo que se refiere a la tasa de conversión, cabe destacar que nuestro proyecto es internacional y no sabemos con qué países vamos a comerciar, por lo tanto las divisas utilizadas dependen de los países con los que comerciamos.

Atraeremos a los consumidores mediante distintas promociones, estas promociones siempre serán publicadas en las redes sociales ya que tratamos de atraer a un público joven. Trataremos de tener una relación cercana con nuestros clientes, ya que son nuestra principal fuente de ingresos y en cuanto a los consumidores la relación no podrá ser tan cercana pero trataremos de resolver todos los problemas que pueden surgir, cabe destacar que los consumidores tienen variados medios de contacto, ya que podrán escribir mediante cualquier red social a tanto a nuestra cuenta como a las cuentas de la marca por la que esten comprando. También podrán escribir por correo electrónico, este estará indicado en la pestaña de atención al cliente en una de las esquinas de la pantalla.

Depende del reconocimiento que tengan las publicaciones que patrocinan nuestra marca sabremos la opinión del público y del rendimiento que nuestro sistema pueda llegar a tener. También podremos observar el valor que tiene para los consumidores mediante los

comentarios. Nuestro producto incluye beneficios significativos como el ahorro de dinero tiempo y la facilidad de comprar online.

Es difícil conocer la opinión actual de los consumidores acerca de nuestro sistema, ya que es algo nuevo por lo que no podemos tomar nada como referencia. Sin embargo, sí que somos conocedores de la opinión de los consumidores respecto a la venta online, es algo muy común y que mucha gente utiliza. En cuanto a los clientes, cada vez más marcas dan importancia a sus páginas web, ya que son conocedores que los jóvenes cada vez usan más este producto. Como ya hemos mencionado anteriormente, no contemplamos una competencia directa por lo que no sabemos qué opina la gente al respecto.

La relación con clientes será directa y cara a cara, pero en cuanto a los consumidores será automatizada, por correo, redes sociales, etc. Además de que habrá un apartado en las páginas web que usen nuestro sistema en el que habrá información mucho más detallada para intentar que puedan solucionar sus dudas o problemas por sí mismos.