

Relación con los clientes

Para captar clientes, tendremos una presencia grande y activa en redes sociales como Instagram, Facebook, etc. en las que mostraremos las prendas, enseñaremos el proceso de fabricación y colgaremos videos informativos sobre temas relacionados con la moda y la ropa y la sostenibilidad y el medioambiente. Con respecto a nuestra caravana, podemos anunciar en nuestras redes sociales cuando estaremos y en qué sitios estaremos para que nuestros clientes, si quieren, acudan al sitio al que vamos y compren ropa. Así, captaremos clientes interesados en ropa sostenible de manera gratuita y transparente para construir una confianza inicial con los clientes, enseñando nuestros esfuerzos para crear un mundo más sostenible.

En el ámbito virtual, también haremos alguna campaña publicitaria en redes sociales para alcanzar a más clientes y colaboraremos con *influencers*, especialmente los que apoyen la moda sostenible, para que sus seguidores conozcan nuestra marca. También, se podría hacer eventos con respecto a la moda sostenible que puede incluir desfiles de moda reciclada. Podemos ofrecer descuentos por devolver prendas antiguas para reciclaje y esto puede fomentar la participación de los clientes en actividades sostenibles. Una estrategia para incrementar nuestros clientes y de fidelizar a los que tenemos es a través de sorteos por redes sociales, en los que estableceremos las siguientes condiciones: nos tienen que seguir en Instagram, mencionar a tres amigos en los comentarios y publicar nuestra publicación en sus historias. Estos sorteos ocurrirán entre dos y cuatro veces al año, dependiendo de la necesidad que tengamos de ampliar nuestra base de clientes.

Algo importante en estos casos es señalar dónde se puede comprar nuestra ropa, ferias o mercadillos en los que tendremos un punto de venta, nuestra página web y nuestras redes sociales, y aclarar dónde y cómo contactarnos para resolver dudas u obtener más información (a través de un número de WhatsApp, un correo electrónico y los chats privados de redes sociales).

Utilizaremos como herramienta el feedback abierto, que consiste en escuchar las sugerencias y preocupaciones del cliente ya que al hacer esto demostramos que nos importa sus opiniones.