



*Pablo Durán Pérez de la Fuente, Paula Bayón Alonso,
Sonia Fernández-Vigil Tejuca y Mateo Muñiz Álvarez*

RELACIONES CON LOS CLIENTES

En cuanto a la relación con el cliente, nuestra intención es combinar varios tipos.

En primer lugar, el negocio requiere por encima de todo una atención personal, ya que los clientes van a ser atendidos en todo momento por los trabajadores. Al ser un modelo de negocio distinto al de un restaurante tradicional, es importante guiar al cliente para que la experiencia funcione.

El proceso de encargar la comida es muy sencillo: el cliente llama por teléfono (ya que es la única vía abierta), selecciona el día en el que quiere comer o cenar, y escoge los platos que quiere degustar (bien porque ha visto la carta en la página web o porque el encargado que coge el teléfono se la recita). La llamada para concretar la comida ha de efectuarse, como tarde, el día de la reserva, para que desde cocina se tenga tiempo para adquirir los productos frescos en el mercado o en el comercio local al día siguiente.

Además, la motivación detrás de la relación con el cliente es atraer clientes nuevos, conservar a los que tenemos y aumentar las ventas para que el negocio crezca y evolucione.

Para captar nuevos clientes, vamos a usar la publicidad para dar a conocer el modelo de negocio que tenemos y hacer la experiencia popular.

Una vez tengamos clientes, es importante cuidar detalles como el trato de los camareros, la puntualidad y el buen funcionamiento de nuestro sistema para que quieran volver a nuestro restaurante.

Queremos dar énfasis al momento que los clientes van a tener en el restaurante, debe haber un ambiente de relajación, para que todo gire en torno a la desconexión de los móviles y de la rutina, y que se pueda disfrutar de una buena conversación.