

## RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La relación con los clientes es crucial al lanzar un producto, ya que puede influir en el éxito a largo plazo. Una comunicación honesta y transparente favorece una relación de confianza, que será clave en el éxito del producto. En este caso, se trata de una aplicación que, según las necesidades nutricionales del individuo, elabora dietas adaptadas, crea listas de compra, haciendo una relación de los establecimientos con los precios más económicos en ese momento y ofrece la posibilidad de realizar un pedido on-line de esa lista y su entrega a domicilio.

El vínculo establecido con nuestros clientes en nuestra idea de negocio es de largo plazo, ya que si el cliente rompe la relación dejará de recibir los beneficios de nuestra idea de negocio. Los clientes se comunicarán con nosotros, con el uso de recursos tecnológicos. Algún ejemplo sería a través de emails, por teléfono...

Para intentar asegurar una relación duradera con nuestra clientela, como empresa tenemos en cuenta ciertas estrategias que fomentan sino aseguran la buena relación que tanto perseguimos.

En primer lugar, para la utilización de la app se requiere la creación de un perfil por usuario. En él se recogen datos personales tales como la edad, sexo, actividad física, estado de la salud, hábitos de alimentación, etc. A raíz de eso, el usuario recibe de forma automática las restricciones dietéticas, recomendaciones alimentarias, objetivos físicos... Para la mejor precisión del planning del usuario se ofrecen inicialmente cuestionarios de seguimiento para adaptar dichas recomendaciones a las necesidades del cliente. De esta manera, generamos en el cliente una sensación de interés por su bienestar que abre una visión amigable a la app, pues velamos por su salud.

En el proceso de utilización, solicitamos la autorización para que el usuario reciba notificaciones personalizadas y recordatorios para que se mantenga el compromiso con los objetivos fijados. No diariamente, para no provocar saturación, pero tampoco semanalmente para no quedar ignorados; lo ideal sería cada dos o tres días. Desde un plano general, propondremos actualizaciones regulares sobre consejos nutricionales, ofertas especiales y nuevos productos basados en las preferencias del usuario.

Gran parte de las relaciones con el cliente se realizan indirectamente, por lo general las redes sociales y el marketing resultan estrategias de lo más efectivas.

Muchas aplicaciones de consumo de música o de fotos e imágenes ofrecen la posibilidad de obtener un registro de la actividad del cliente en la aplicación, ya sea el número de horas de reproducción o la cantidad de reacciones que recibes por post. Con nuestra app se podrán compartir progresos, dietas, listas de compra, etc., en otras redes sociales desde nuestra aplicación. Es una forma de hacer enorgullecer al cliente de su estilo de vida saludable y de promocionar la app desde nuestros propios clientes hacia posibles futuros usuarios.

Es muy común que, al empezar un nuevo reto o actividad, como apuntarse en el gimnasio, las personas prefieran hacerlo acompañadas de algún amigo principalmente. Por esta razón, facilitaremos la conexión entre usuarios para intercambiar experiencias y opiniones mediante chats individuales o grupales, con opcionalidad de que sean públicos o privados.

Una vez transcurrido un período inicial, consideramos inteligente premiar al cliente por su continuidad y fidelidad a la aplicación desde descuentos exclusivos, puntos en función del tiempo de suscripción, acceso a contenido premium, puntos al alcanzar un objetivo...

Sentir que la propia aplicación te apoya en su utilización supone un aspecto positivo a la hora de mantener clientela. Informar de ofertas de productos en tiempo real, así como promociones exclusivas ayuda a que los usuarios simpaticen de alguna manera. También, colaborando estratégicamente con marcas y supermercados conseguiremos ese feedback que nos favorece.

No solo es importante recoger los datos y necesidades del cliente al inicio, sino que, abriendo un chat de preguntas frecuentes de los suscriptores, generamos un ambiente de comodidad y confianza dentro la comunidad que forma la aplicación. Además, puesto que nos dirigimos a todos los públicos, es conveniente poner a disposición de los usuarios tutoriales sencillos que expliquen el manejo eficaz de la aplicación. Esto puede resultar muy útil para personas de avanzada edad, por ejemplo.

En cuanto a la intimidad del usuario, se llevará a cabo un proceso de protección de datos mediante algunas encuestas en las que se tendrá que aceptar las condiciones de la aplicación, etc. Es fundamental garantizar la privacidad y seguridad de los datos del usuario.

Con estas estrategias, se pretende construir una relación sólida con los usuarios, fomentar la fidelidad y contribuir al éxito a largo plazo de los servicios de la aplicación.