



Relaciones con los Clientes

En el contexto del proyecto de gafas de realidad virtual para turistas interesados en experiencias históricas, es crucial establecer relaciones efectivas con los clientes. A continuación se describen los tipos de relaciones que la empresa busca establecer con su segmento de mercado específico:

Asistencia Personal:

Se proporcionará asistencia personal a los clientes durante todo el proceso, desde la adquisición de las gafas hasta la experiencia histórica virtual. Un representante estará disponible para responder preguntas y brindar apoyo, asegurando una experiencia personalizada.

Asistencia Personal Dedicada:

Además, se ofrecerá un nivel más profundo de compromiso asignando representantes específicos a clientes clave. Estos representantes estarán disponibles a lo largo del tiempo para atender las necesidades individuales, brindando un servicio personalizado y fortaleciendo la relación a largo plazo.

Automatización y Autoservicio:

La plataforma permitirá a los clientes utilizar las gafas de realidad virtual de forma autónoma, brindando un nivel de autoservicio. También se implementarán servicios automatizados que reconocen a los clientes y proporcionan información personalizada sobre lugares históricos, mejorando la experiencia individual.

Comunidades:

Se creará una comunidad en línea donde los usuarios puedan compartir experiencias, consejos y preguntas sobre las gafas y las experiencias históricas virtuales. Esta interacción no solo fortalecerá la relación con la marca, sino que también proporcionará información valiosa para mejorar los productos y servicios.

Co-Creación:

Los clientes serán invitados a participar en la co-creación de nuevas experiencias históricas virtuales. Se fomentará la retroalimentación y las sugerencias, permitiendo a los usuarios influir en el desarrollo de contenido adicional y mejoras en las gafas.



Motivaciones de las Relaciones con los Clientes:

Conseguir nuevos clientes o consumidores:

- Estrategias de marketing centradas en resaltar la accesibilidad y la inmersión histórica única que ofrecen las gafas.

Retener a los clientes existentes:

- Programas de fidelización, actualizaciones de contenido regular y descuentos exclusivos para clientes recurrentes.

Aumentar las ventas:

- Ofertas especiales para la compra de nuevas experiencias históricas virtuales, promociones para clientes leales, y opciones de suscripción para acceso continuo.

Acciones Clave:

- Establecer un equipo de soporte al cliente para proporcionar asistencia personalizada.
- Implementar un sistema de reconocimiento de clientes para servicios automatizados.
- Crear y gestionar una comunidad en línea para la interacción entre usuarios.
- Facilitar la co-creación a través de plataformas interactivas y solicitudes de retroalimentación.

En resumen, la estrategia de relaciones con los clientes se centrará en proporcionar un equilibrio entre asistencia personalizada y servicios automatizados, fomentando la participación activa de la comunidad y permitiendo la co-creación para mejorar continuamente la oferta de gafas de realidad virtual históricas.