



COCINA CASERA, TUPPERS DE PRIMERA

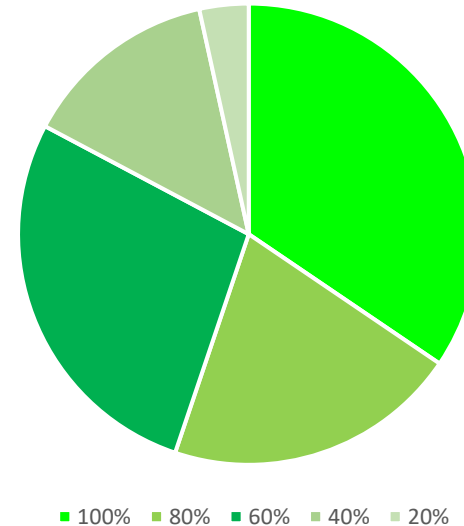
## RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

Los **clientes son el elemento clave de cualquier empresa**, ya que de estos depende el éxito de esta. Por ello, en ECO-CINA queremos poner nuestra atención en la figura del cliente, buscando las mejores formas para relacionarnos con ellos y hacer del uso de nuestro servicio, una experiencia satisfactoria y agradable.

Para que nuestra propuesta de valor sea exitosa, es necesario establecer conexiones sólidas y basadas en la confianza con el cliente. La relación que forjamos con el cliente representa un componente super importante para cualquier empresa y es necesario que se lleve a cabo de manera segura y eficaz. **Estas relaciones se pueden llevar a cabo de diversas formas, desde el enfoque tradicional cara a cara hasta el uso de prácticas innovadoras.**

Históricamente, el contacto directo con el cliente; cara a cara; ha sido el pilar de las relaciones comerciales, sirviendo como el medio tradicional mediante el cual se establecían conexiones personales y se construía la confianza con el cliente. No obstante, **en el mundo contemporáneo en el que vivimos, las tecnologías emergentes y la rápida evolución del mundo empresarial nos han dado nuevas perspectivas de las relaciones con los clientes.** Para la relación con los clientes es muy importante la Responsabilidad Social Corporativa, la mayoría de los clientes valoran de manera muy positiva el buen trato que obtienen por parte de la empresa. **Nuestra relación con los clientes se basará en tres pilares fundamentales: Verdad, Compromiso y Sostenibilidad.** Tenemos muchas propuestas pensadas para mejorar nuestra posición ante los clientes, entre ellas destacan: **Entrega de beneficios como descuentos o regalos de packs de recetas** a clientes habituales y que demuestren que están comprometidos con nuestra iniciativa, otra de nuestras ideas es realizar **eventos gastronómicos** donde puedan acudir las personas que quieran probar nuestras recetas y así aumentar nuestro nicho de mercado. Por último, tenemos pensando **realizar encuestas entre nuestros consumidores** para así poder perfeccionar nuestras recetas, esto es muy importante sobre todo en los sectores relacionados con la gastronomía, donde la retroalimentación con los clientes puede ser un recurso invaluable. Recopilar opiniones nos permitirá comprender de manera más profunda las preferencias y expectativas de la clientela, pudiendo realizar ajustes que mejoren la calidad de las recetas.

Que importancia creen los clientes que tiene el trato por parte de la empresa a la hora de volver a comprarlo



<p><b>SOCIEDADES CLAVE</b></p> <p>Debemos establecer <b>una serie de asociaciones o socios clave</b>, que contribuyan al funcionamiento del modelo de negocio. Las empresas se suelen asociar o crean alianzas para ser más eficientes, reducir riesgos, adquirir recursos o garantizar los suministros. <b>La construcción de alianzas estratégicas con comercios y productores locales; empresas de envío y logística; marcas reconocidas y agencias publicitarias</b> se erige como un pilar fundamental en nuestra visión empresarial, encaminada hacia el éxito sostenible y la excelencia en la satisfacción del cliente. Construyendo así, una red de asociaciones, que nos ayuden a mejorar día a día.</p>		<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Nuestra intención radica en la resolución de cuatro problemáticas, con el propósito de idear soluciones que no solo mitiguen dichos desafíos, sino que también susciten un atractivo real en el consumidor, con la convicción de mejorar la experiencia del usuario y consolidar un vínculo sólido con nuestra audiencia.</p>	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</b> La conexión con el cliente es una piedra angular del éxito empresarial. Combinaremos de manera equilibrada <b>métodos tradicionales y enfoques innovadores</b>, como regalar <b>descuentos</b>, <b>eventos gastronómicos</b> o realizar <b>encuestas</b> para conocer las preferencias de nuestros clientes.</p>	<p><b>SEGMENTO DE MERCADO</b></p> <p>ECO-CINA se enfoca en <b>hogares ocupados y amantes de la gastronomía con limitaciones de tiempo</b>. También atiende a <b>personas con necesidades dietéticas específicas</b>, ofreciendo opciones sabrosas y saludables. Destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la reducción del desperdicio de alimentos.</p>
		<p>Reconociendo que la solución a estos dilemas fundamentales constituye un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de nuestra propuesta. Estos cuatro desafíos a los que daremos solución son: <b>el desafío del derroche alimentario, el ahorro económico, la optimización del tiempo y, por último, la cuestión del estrés</b>.</p>	<p><b>CANALES:</b> Necesitamos unos <b>canales</b> de comunicación, distribución y venta que establezcan el contacto entre nuestro negocio y los clientes. <b>Debemos adoptar un enfoque mixto, que incluya tanto la creación de canales propios como la colaboración con otros socios comerciales</b>.</p>	<p>Esto más que un segmento de mercado, es un pilar fundamental en nuestra iniciativa, que refleja nuestra responsabilidad social y ambiental. <b>Buscamos construir relaciones significativas basadas en valores compartidos, formando una comunidad comprometida con un estilo de vida consciente y respetuoso con el entorno</b>.</p>
			<p><b>FUENTES DE INGRESO:</b> La venta de packs de recetas, las suscripciones mensuales y las colaboraciones con marcas de alimentos pueden ser fuentes de ingreso claves en la construcción de nuestro modelo de negocio. Obviamente tendremos en cuenta la flexibilidad para adaptarnos a los cambios a medida que el negocio evoluciona; además de la consideración de nuevas oportunidades de ingresos, garantizando así un posible éxito continuo en el mercado.</p>	