

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Una vez que ya tenemos concretada la propuesta de valor, hemos segmentado el mercado y hemos definido los canales. En este punto estableceremos la relación que vamos a fijar con los clientes que irá en función de cada uno de los segmentos y se concretará.

- En nuestra primera línea de negocio, la personalización de joyas, empleamos las RRSS, la página web y, principalmente, la venta *face to face* para aclarar determinados aspectos. Para nosotros es imprescindible fidelizar este segmento, pues es quien aporta la mayor rentabilidad. Para mantener relación con los clientes, es importante fomentar el marketing relacional, es decir, mantener la relación con los clientes una vez se ha realizado la venta, a través de feed-back, resolviendo cualquier problema que puedan tener (mantenimiento, etc.) y logrando que sean prescriptores de la marca, al modo de los influencers.
- Los clientes interesados por el servicio de joyas reacondicionadas y compraventa de joyas son de suma importancia, ya que, nuestra empresa ha apostado por una estrategia de diferenciación basada en el compromiso medioambiental, la economía circular y la responsabilidad social corporativa. Mantendremos una relación personal (cara a cara) o a distancia (e-mail, mensajería...), como el cliente prefiera. También, les mantendremos siempre informados de todas las acciones que llevemos a cabo. Con estas medidas creemos que podrán llegar a ser prescriptores además de tenerlos fidelizados.
- En el segmento de clientes de venta tradicional, nos encontramos en lo que se conoce como “océano rojo”, es decir, en nuestro mercado la competencia es muy elevada, por lo que aspiramos a dirigirnos a otro segmento o bien a diferenciarnos. Nuestra relación con el cliente es personal, pero también a distancia a través de RRSS y la web. Para lograr llegar a ellos, debemos aprovechar las relaciones que establezcamos con ellos para dar a conocer nuestros diferentes servicios, así como nuestras otras líneas de negocio.
- El cliente de venta solidaria a través de la venta personal, RRSS y la página web tiene que tener claro que su acción redonda en un beneficio para la sociedad, con los que consolidamos nuestra parte social del proyecto.

En todo este proceso que hemos seguido de relación con el cliente, hemos aplicado el enfoque marketing que implica detectar las necesidades de los clientes y satisfacerlas. Creemos que es el punto de partida para tener éxito en una iniciativa empresarial.