

STARINNOVA - UBIEVENT

Participantes:

- Jesus Esteban Bullón Chang
- David Álvarez Berendei
- Frank de Jesús Rodríguez Hernández
- Leo Gomes Alves

6. Relaciones con los clientes - APLICACIÓN DE EVENTOS LOCALES Y DEPORTIVOS

Motivaciones de las relaciones con los clientes

Las relaciones entre nuestra aplicación y los clientes tienen como objetivo satisfacer sus necesidades mientras garantizamos el crecimiento y la sostenibilidad del negocio. Estas relaciones se basan en tres motivaciones principales que guían nuestras estrategias a corto y largo plazo:

1. Conseguir nuevos clientes o consumidores

a. Estrategias clave:

- Promociones y descuentos de bienvenida:** Ofrecemos descuentos exclusivos en entradas o paquetes de eventos para nuevos usuarios.
- Campañas en redes sociales:** Inversiones en marketing digital para captar nuevos usuarios a través de plataformas como Instagram, TikTok y Facebook.
- Colaboraciones con influencers:** Asociaciones con creadores de contenido para aumentar la visibilidad de la aplicación.
- Programas de referidos:** Incentivamos a los usuarios existentes a invitar amigos ofreciéndoles recompensas.

2. Retener a los clientes existentes

a. Estrategias clave:

- Personalización:** Notificaciones y recomendaciones adaptadas a los intereses y preferencias de cada usuario.
- Soporte al cliente:** Ofrecemos atención personalizada a través de chat en tiempo real y canales como WhatsApp o email.
- Fidelización:** Implementación de un sistema de puntos que premie a los usuarios frecuentes con descuentos o entradas gratuitas.

- iv. **Experiencia mejorada:** Mejoramos constantemente la experiencia de usuario mediante actualizaciones regulares de la aplicación, basadas en comentarios y sugerencias de los clientes.

3. Aumentar las ventas

a. Estrategias clave:

- i. **Cross-selling:** Ofrecemos productos o servicios adicionales relacionados con el evento principal (por ejemplo, paquetes VIP, merchandising o servicios de transporte).
- ii. **Upselling:** Incentivamos a los usuarios a adquirir entradas de mayor categoría o beneficios premium, como acceso anticipado o asientos exclusivos.
- iii. **Promociones por tiempo limitado:** Ofrecemos descuentos exclusivos en eventos específicos durante periodos cortos para generar urgencia.
- iv. **Paquetes grupales:** Fomentamos la compra de entradas grupales con descuentos atractivos, promoviendo la participación de más personas.

Evolución de las relaciones con los clientes

La naturaleza de nuestras relaciones con los clientes puede variar con el tiempo, dependiendo del ciclo de vida del mercado y los objetivos específicos de la aplicación. Algunas etapas clave incluyen:

1. Fase de lanzamiento:

- a. Foco en estrategias agresivas de captación, incluyendo promociones y colaboraciones con socios locales para generar interés inicial.
- b. Creación de una comunidad activa a través de redes sociales y eventos promocionales.

2. Fase de crecimiento:

- a. Foco en la retención de clientes mediante personalización y programas de fidelización.
- b. Expansión de la oferta de eventos y servicios adicionales para atraer más segmentos de mercado.

3. Fase de madurez:

- a. Foco en aumentar las ventas a través de estrategias de cross-selling y upselling.
- b. Consolidación de relaciones a largo plazo mediante soporte técnico y promociones exclusivas para usuarios leales.