

Relaciones con Clientes dentro del Modelo CANVAS

Las relaciones con los clientes en una aplicación de compraventa y adopción de animales son fundamentales para crear confianza, fomentar el compromiso y garantizar una experiencia positiva. Aquí te detallo cómo establecer estas relaciones en función de los diferentes grupos de usuarios de la plataforma:

1. Relación Personalizada

Dirigida a: Particulares interesados en adoptar o comprar animales.

Qué implica:

Atención personalizada para guiar a los usuarios en el proceso de búsqueda y selección de mascotas.

Respuesta a consultas específicas sobre los animales (comportamiento, historial médico, etc.).

Asesoramiento sobre tenencia responsable y cuidado de animales.

Objetivo: Generar confianza y ayudar a los usuarios a encontrar la mascota adecuada según sus necesidades.

2. Comunidad Activa

Dirigida a: Todos los usuarios de la aplicación, incluyendo criaderos, centros de adopción y particulares.

Qué implica:

Creación de foros o grupos dentro de la app donde los usuarios puedan compartir experiencias, consejos y recomendaciones.

Historias destacadas de adopciones exitosas para inspirar a otros.

Objetivo: Fomentar la interacción entre usuarios y crear una comunidad que promueva el bienestar animal.

3. Soporte Técnico y Atención al Cliente

Dirigida a: Usuarios con problemas técnicos o dudas sobre el funcionamiento de la app.

Qué implica:

Disponibilidad de un chat en vivo, correo electrónico o línea de atención para resolver problemas.

Preguntas frecuentes (FAQ) y tutoriales dentro de la app para que los usuarios entiendan su funcionamiento.

Objetivo: Garantizar una experiencia fluida y sin frustraciones en el uso de la plataforma.

4. Automatización y Autoservicio

Dirigida a: Usuarios que prefieren realizar el proceso de manera independiente.

Qué implica:

Filtros avanzados para buscar animales según características específicas (raza, tamaño, ubicación, etc.).

Sistema de notificaciones automáticas sobre nuevos animales disponibles según las preferencias del usuario.

Herramientas para gestionar directamente la compra o adopción sin intermediarios humanos.

Objetivo: Ofrecer comodidad y agilidad en el uso de la app.

5. Programas de Fidelización

Dirigida a: Usuarios recurrentes (adoptantes frecuentes, criaderos y centros de adopción).

Qué implica:

Beneficios exclusivos, como descuentos en servicios veterinarios asociados o productos para mascotas.

Reconocimiento de usuarios activos en la comunidad o que promuevan adopciones responsables.

Objetivo: Incentivar la permanencia de los usuarios en la plataforma.

6. Educación y Sensibilización

Dirigida a: Todos los usuarios, especialmente aquellos nuevos en la tenencia de animales.

Qué implica:

Publicación de contenido educativo sobre cuidados básicos, beneficios de la adopción y prevención del abandono.

Talleres virtuales sobre bienestar animal y adopción responsable.

Objetivo: Crear una base de usuarios más informada y comprometida con los derechos de los animales.

7. Relación con Criaderos y Centros de Adopción

Dirigida a: Criaderos certificados y refugios que colaboran con la app.

Qué implica:

Ofrecer herramientas para que estos actores gestionen y promocionen a sus animales de manera efectiva.

Asesoramiento continuo sobre cómo mejorar su visibilidad en la plataforma.

Objetivo: Facilitarles la tarea de llegar a más clientes y promover la adopción y venta responsable.