

6. Tipos de Relación

La relación con los clientes que mantiene NAM para confirmar el agrado y el compromiso en el futuro, se trata de promover una comunicación efectiva que facilite la mejora continua en la oferta de productos y servicios.

1. El tipo de relación que mantenemos con nuestros clientes es una **asistencia personal dedicada**, respaldada por la capacitación de nuestros visitantes médicos. Ellos están preparados para asesorar sobre el producto más adecuado a sus necesidades, resolviendo cualquier duda que pueda surgir y son quienes garantizan el contacto directo durante la entrega y promoción, asegurando una atención integral y cercana.

2. La fidelización de los clientes se logra mediante diversas estrategias diseñadas para fortalecer la relación y garantizar su lealtad. Una de las principales tácticas es ofrecer una atención postventa eficaz, que incluye seguimientos regulares para evaluar su evolución y brindarles soporte continuo.

Además, se organizan **eventos y experiencias exclusivas**, como congresos dirigidos a profesionales de la salud, en los cuales se presentan productos y se refuerza el vínculo con los clientes a través de presentaciones estratégicas.

NAM también mantiene una **comunicación constante** con sus clientes, informándoles sobre novedades, ofertas y conociendo sus necesidades para personalizar el servicio. Para fomentar la fidelización, se implementa un programa de recompensas por referidos, premiando a aquellos clientes que atraen a nuevos consumidores, lo que fortalece la red de clientes y refuerza el compromiso con la marca.

En este sentido, se ofrece un **incentivo** tanto a los clientes **actuales** como a los **nuevos**, es decir, los clientes que refieran a nuevos consumidores recibirán un chequeo gratuito del software, recambio de lentes y líquido limpiador para las lentes; por su parte, los nuevos clientes disfrutarán de un líquido limpiador para lentes y tres meses de seguro gratis. Esta estrategia no solo atrae nuevos clientes, sino que también premia el compromiso y la lealtad de los clientes actuales.

3. Para promover la co-creación e involucrar activamente a sus clientes, NAM mantiene una **comunicación constante**, asegurándose de informarles sobre las últimas novedades, fomentar una relación sólida y colaborativa, y realizar una escucha activa que permita recoger críticas constructivas para impulsar mejoras continuas.
4. En nuestra empresa atendemos a clientes con diversas necesidades, por ello segmentamos a los clientes ofreciéndoles el producto más adaptado a las necesidades y a la familiarización con las tecnologías. Por ello, ofrecemos dos tipos de gafas inteligentes:
 - Gafas **estándar**: están diseñadas para ofrecer una experiencia funcional y accesible, en la cual incluye luz integrada y la capacidad de capturar fotografías mediante botones ubicados en la montura.
 - Gafas **premium**: incorporan tecnología avanzada que permite acceder a diversas funciones mediante *Voice match* y la capacidad de acceder a la historia clínica.

NAM

5. Para fomentar la mejora continua y obtener un feedback valioso, NAM se enfoca en el bienestar y la satisfacción de nuestros clientes con respecto a nuestros productos. Para ello, mantenemos una **comunicación activa**, realizando llamadas periódicas cada seis meses para conocer su nivel de satisfacción y atender cualquier inquietud. Además, nuestros visitadores médicos realizan **visitas periódicas** para asegurarse de que todo esté funcionando correctamente y recibir comentarios directos de los clientes. Este enfoque nos permite recopilar información clave y garantizar que podamos seguir mejorando y evolucionando en el futuro.