

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Nuestro objetivo como empresa no es tener muchos consumidores, sino centrarnos en fidelizar a unos pocos que consuman diariamente nuestros productos. Aplicaremos varias estrategias:

- Atención al cliente personalizada: ofreceremos recomendaciones personalizadas con sus objetivos y necesidades, por ejemplo, menús adaptados para la pérdida de peso o ganancia muscular, recomendaciones de ciertos videos publicados en nuestra web o planes de dietas basadas en nuestros productos. También nos aseguraremos mantener un canal de comunicación constantemente abierto con nuestros clientes, ya sea por el chat de la página web, el número de teléfono asociado a WhatsApp o el correo electrónico. Para dar una sensación aún más cercana, realizaremos un seguimiento postventa a través de un “feedback” de la página web de puntuación y mensajes de correo electrónico que verifiquen la sensación premium de nuestros servicios.
- Mejora de la experiencia del cliente: nuestro diseño de página web será básico, sencillo y minimalista asegurando una compra fluida y cómoda. Para nosotros es importante la facilidad de trabajar con nuestra empresa siendo un proceso claro y rápido, que puedas solucionar un problema, en este caso la cocina, en tan solo unos escasos minutos. Al ofrecer el servicio de seguimiento el cliente podrá ser notificado del momento preciso en el cual va a recibir el paquete, evitando inconveniencias como que no esté en casa a la hora del reparto. También seremos identificados por nuestra puntualidad en los repartos, con un embalaje excelente y seguro. A aquellos clientes recurrentes introduciremos pequeños obsequios de la compañía en sus pedidos como un llavero pequeño o un descuento para la siguiente compra junto con un mensaje de agradecimiento.
- Fidelización a través de programas de lealtad: con el sistema de suscripción a los cursos y a la entrega de comida, permitiremos la exclusividad de estos clientes ante diferentes oportunidades de compra con otras empresas. El sistema de marketing de afiliados en el cual el cliente consigue recompensas por recomendarnos también hace que una vez que varios consumidores usen su enlace de compra, él reciba más descuento en sus pedidos.
- Fortalecimiento de la comunidad y bienestar: dentro de los cursos que ofrecemos, también encontramos algunos de soporte emocional y motivacional en los cuales ofrecemos meditaciones guiadas, talleres en línea de desarrollo personal y consejos para fortalecer el poder mental. En cierto futuro incluso se podrían gestionar clases individuales en las cuales los clientes comparten sus experiencias tanto con nuestra empresa como personales. Lo que hace que haya un vínculo mucho más estrecho entre la empresa y el consumidor.
- Respuesta proactiva a problemas: dentro del servicio postventa ofrecemos también un sistema de devolución en el cual el cliente siempre será garantizado con la razón para que se sienta respaldado por nosotros. La gestión de quejas tanto en el apartado de la página web como en las redes sociales será inmediata, ofreciendo una devolución íntegra del dinero, un reemplazo de productos o unos descuentos. Para evitar la

inconveniencia de pagos no deseados, también mandaremos por correo y por el número de teléfono mensajes recordatorios de pagos de suscripciones, manteniendo en todo momento la personalización y claridad de nuestros movimientos como empresa.

- Valor agregado en el servicio: además de ofrecer platos que cubran básicamente todo el mercado, también adaptaremos algunas recetas para que tengan la opción para personas con enfermedades autoinmunes, diabetes o intolerancias alimentarias. De este modo, hacemos notar el carácter personalizado. Complementaremos el sistema de alimentación con consultas directas con expertos en psicología o coaching que nos ayuden a solucionar problemas de los clientes.
- Humanización de la marca: es fundamental humanizar la marca si queremos un contacto directo con los consumidores. Mostraremos todo el equipo detrás de la empresa en la página web, tanto los trabajadores (chefs, nutricionistas, personal de atención del cliente y directivos). Esto ayuda a generar esa confianza que queremos con nuestros clientes. Nuestro objetivo es que nuestros usuarios se sientan escuchados y comprendidos, ya que es fundamental para la relación a largo plazo.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

1. ATENCIÓN AL CLIENTE

Ofrecemos recomendaciones personalizadas y un seguimiento postventa para crear una experiencia única y cercana con nuestros clientes.



2. MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Simplificamos la compra en nuestra web, garantizando entregas puntuales, embalaje seguro y pequeños obsequios para fidelizar a los clientes recurrentes.



3. FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DE PROGRAMAS DE LEALTAD

Ofrecemos un sistema de suscripción y marketing de afiliados que recompensa a los clientes por su lealtad y recomendaciones.



4. FORTALECIMIENTO DE LA COMUNIDAD Y BIENESTAR

Integramos cursos de desarrollo personal y apoyo emocional, creando vínculos más estrechos con nuestros clientes.



5. RESPUESTA PROACTIVA A PROBLEMAS

Garantizamos una atención postventa eficiente, con soluciones rápidas a quejas y un sistema de recordatorios de pagos para mayor claridad.



6. VALOR AGREGADO EN EL SERVICIO

Adaptamos nuestras recetas a necesidades específicas y ofrecemos consultas con expertos para mejorar la experiencia integral de nuestros clientes.



7. HUMANIZACIÓN DE LA MARCA

Mostramos al equipo detrás de la empresa para generar confianza y fortalecer la relación a largo plazo con nuestros consumidores.

