



Tu camino hacia la historia

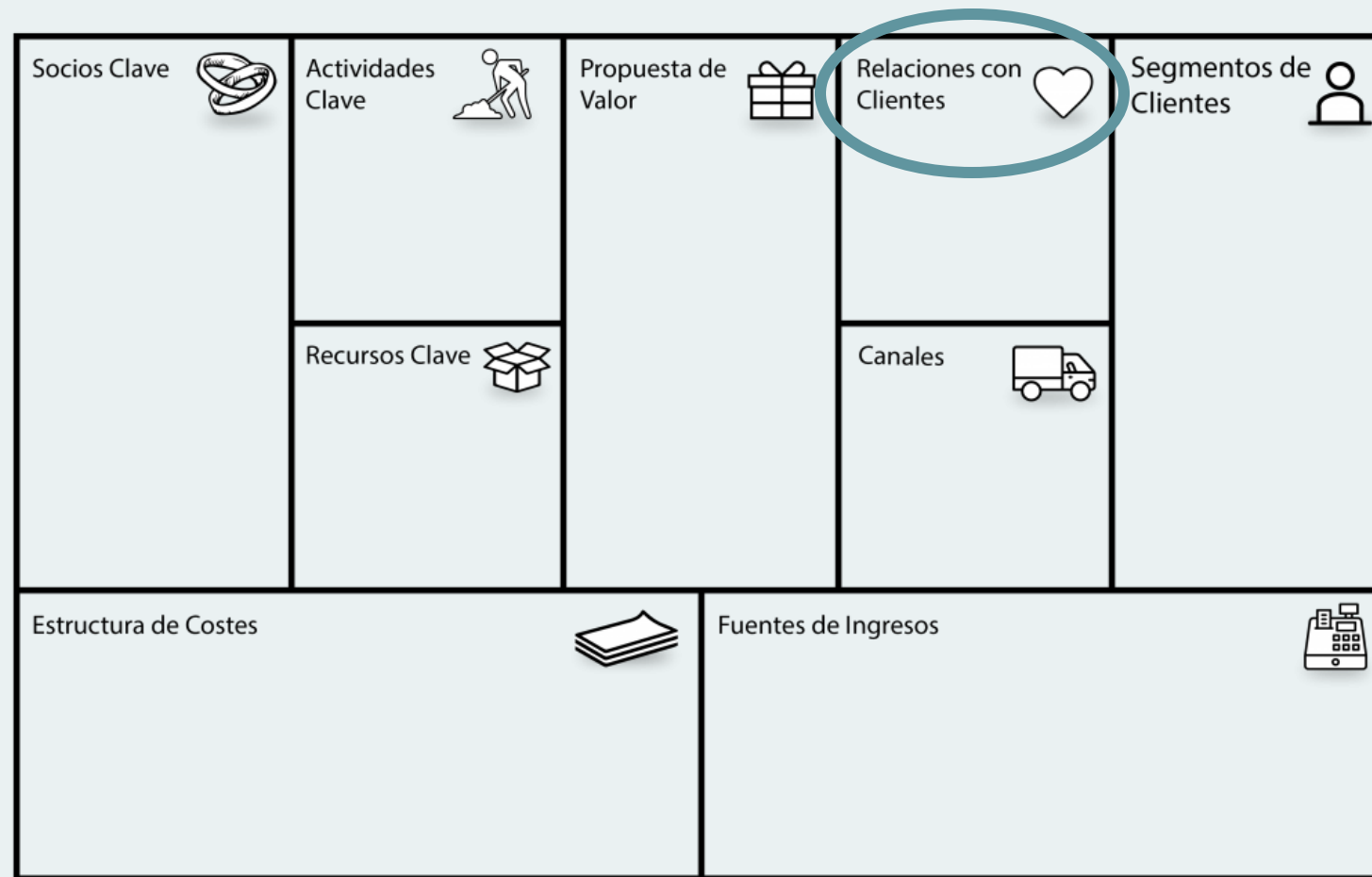
Alejo López Galván
Christian Merino Puertas
Nicolás Serrador Rodríguez
Hugo Vidal Flores



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Alejo López Galván · Christian Merino Puertas
Nicolás Serrador Rodríguez · Hugo Vidal Flores





Un negocio puede estar bien constituido y ofrecer un gran producto o servicio, pero los clientes son la base económica y viabilidad para salir adelante.

En este apartado, describiremos el tipo de **relación** que estableceremos con nuestro segmento de clientes, así como la **captación**, **retención** de estos y la **estimulación de las ventas**.



¿Cómo nos relacionamos con nuestros clientes?

Debido a nuestro modelo de negocio, que otorga un servicio exclusivo online y personalizado a cada cliente, establecemos una relación de **asistencia personal exclusiva**.

Mediante esta relación, cada **community manager** de la empresa se dedicará específicamente a un determinado grupo de clientes, para conseguir una relación más íntima, profunda y personalizada.

Con esta relación pretendemos crear un **vínculo** community manager-deportista/club que persista en el tiempo para conseguir una elevada **retención de clientes**.



Captación de Clientes

Visitamos instalaciones deportivas de zonas en las que concertaremos una serie de **charlas** a modo de presentación de nuestro proyecto tanto al propio club como a sus jugadores, haciendo así una introducción sobre qué servicios ofrecemos.

Además, iremos a diversos **entrenamientos** o **encuentros deportivos** para tratar de conseguir clientes **aprovechando** la gran cantidad de deportistas asistentes, y presentar nuestros servicios, dándonos a conocer a un mayor público.



Retención de clientes

Gracias a la **atención exclusiva y personalizada**, los clientes estarán en continuo contacto con nosotros, recibimos sus opiniones mediante **encuestas de satisfacción** que analizamos en detalle para tratar de mejorar nuestros servicios y así conseguir la mayor satisfacción y comodidad de nuestros clientes.

Por tanto, el **bienestar de nuestros clientes** es una **prioridad** en nuestra empresa, ya que un cliente contento permanecerá más tiempo con nosotros, lo que es clave en nuestro modelo de negocio.

La retención de clientes también se verá favorecida por el **aumento de patrocinadores**, ya que supondrá un **mayor reparto de ingresos publicitarios** a nuestros clientes.



Venta cruzada

Una vez fidelizados los clientes, buscamos facilitar la venta de otra serie de productos y servicios relacionados con el sector. Esta oferta correrá a cargo de empresas externas de las que obtendremos una **comisión por cada referencia**.

Por ejemplo:

- **Cursos de tecnificación** que ayudan a nuestros deportistas a perfeccionar algunas técnicas en sus respectivos deportes
- Una **red de socios de gimnasios, fisioterapeutas y nutricionistas** a total disposición de los clientes
- Venta de **suplementos deportivos** que aumente el estado físico de nuestros clientes y su rendimiento

Por otra parte, trabajaremos para que nuestros clientes **pasen de la tarifa del servicio Athlon a la tarifa del servicio Athlon premium**.

