

Relaciones con los clientes

En la relación de la empresa con el cliente, se deben considerar los tipos de consumidores y características para que el cliente tenga sus necesidades cubiertas. En la empresa, se van a llevar a cabo diferentes tipos de relaciones con los clientes, teniendo en cuenta las cuentas que crearemos en redes sociales para difundir la existencia de nuestro producto.

Además utilizaremos un CRM (customer relationship management), que es una estrategia empresarial que con el apoyo de las tecnologías, mejoramos y optimizamos las relaciones con los clientes, ya sean pasados, presentes o potenciales. Esta estrategia tendrá el objetivo de entender y anticipar las necesidades de los clientes, para crear una experiencia mejorada y personalizada. además, nos ayudará a realizar análisis de datos, automatizar la fuerza de ventas y, a optimizar el servicio al cliente.

Autoservicio

los clientes tendrán acceso directo a las herramientas necesarias para adquirir nuestro producto. Según el Boston Consulting Group, el 70% de los compradores prefieren utilizar bots a la hora de realizar una compra y herramientas de autoservicio.

Para satisfacer esta preferencia, ofrecemos:

- Una plataforma en internet con interfaces que faciliten la navegación por nuestro sitio web.
- una sección de preguntas (FAQ) e instrucciones que orienten al cliente si tienen alguna duda a la hora de adquirir un bien de nuestra empresa.

Comunidades en redes sociales

En segundo término podría ser de comunidades, creando un espacio donde existe la interacción de clientes con la marca. Esto generará grupos de fanáticos de la pintura con gente relacionada por sus mismos gustos. Para ello, implementaremos:

- publicaciones que incluyan instrucciones, consejos, tutoriales y resultados del producto.
- foros de discusión, en los que los clientes puedan dejar su experiencias utilizando nuestros aerosoles.

Co-creación de productos

Fomentaremos la participación de nuestros clientes en los procesos creativos, realizando encuestas en redes sociales, donde recopilaremos sugerencias e ideas que nos permitan

innovar y que también fortalezcan el vínculo entre los consumidores y nuestra empresa.