

Solarwear



Energía en tu bolso
Poder en tus manos

Grupo integrado por:

Helena Callejo Casado, Nerea Reinoso Pallín, Cristina Muñoz Andrés y Sara Hernández Cartón.

ÍNDICE:

- 1. Propuesta de valor
- 2. Segmentación de mercado
- 3. Sociedades clave
- 4. Fuente de ingresos
- 5. Canales
- 6. Relación con clientes
- 7. Recursos claves
- 8. Actividades claves
- 9. Estructura de costes
- 10. Modelo de negocios

6. RELACIÓN CON CLIENTES

¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos en cada uno de nuestros segmentos de clientes ?

- Los jóvenes profesionales y estudiantes esperan una interacción rápida, personalizada y accesible a través de redes sociales.
- Los aventureros y viajeros frecuentes pueden esperar posventa sólida, como soporte técnico y garantías confiables. Esperan asesoría para solucionar problemas rápidamente en caso de que surjan mientras están en movimiento.
- Las personas conscientes del medio ambiente buscan que el producto sea ético y sostenible, así como la transparencia en materiales y procesos.

¿Qué relaciones hemos establecido ?

Atención al cliente básica a través de respuestas por email o redes sociales para dudas frecuentes. Campañas en redes sociales mostrando el estilo y funcionalidad del producto.

¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio ?

La atención personalizada, soporte técnico y enfoque en sostenibilidad complementan la propuesta de valor del bolso solar. Además de mantener relaciones fluidas en redes sociales para incrementar las ventas y mejorar la percepción de marca. La atención adecuada fomenta recomendaciones boca a boca, lo que impulsa el crecimiento de nuestro producto por eso es importante satisfacer al consumidor.

¿Cómo podríamos mejorar las relaciones con cada segmento?

Podríamos mejorar las relaciones con los jóvenes mediante descuentos para clientes frecuentes o ofrecer tutoriales rápidos sobre el uso y cuidado del bolso. En cuanto a los viajeros frecuentes podríamos desarrollar una atención 24h por si el producto falla en la travesía. Y en cuanto a las personas conscientes del medio ambiente podríamos ofrecer incentivos para reciclar o renovar bolsos antiguos con nuevos modelos.