

RELACIONES CON LOS CLIENTES



Teniendo en cuenta nuestra segmentación del mercado hemos considerado que estas serían nuestras relaciones con el cliente:

PARA CAPTAR CLIENTES

1. Redes sociales

Como hemos dicho antes, este es un canal muy importante para la relación con nuevos clientes.

Haremos uso de las redes sociales más usadas como Instagram y TikTok para llegar a la mayoría de potenciales clientes, haciendo uso de videos promocionales llamativos que capten su atención.

DURANTE NUESTRA RELACIÓN EFECTIVA CON EL CLIENTE

1. Automatización para usuarios individuales con baja experiencia tecnológica (Mercado masivo inicial)

Para este segmento, se implementarán herramientas automáticas y recursos fácilmente accesibles que proporcionen soporte básico para los usuarios sin conocimientos previos. Esto incluye:

- FAQs sencillas y accesibles: Una sección de preguntas frecuentes (usaremos el español “Preguntas Frecuentes”) con explicaciones claras y directas sobre el uso de herramientas digitales básicas (como Gmail, Drive, etc.), con un lenguaje fácil de entender.
- Chatbots interactivos: Herramientas de chat automatizadas que brindan respuestas a preguntas comunes y guían a los usuarios a través de procesos sencillos, utilizando lenguaje visual y ejemplos fáciles de seguir.
- Tutoriales visuales y de lectura fácil: Videos y guías con instrucciones paso a paso, diseñados para ser fáciles de seguir para personas mayores, personas con diversidad intelectual o quienes no tienen experiencia digital. Se utilizarán imágenes y explicaciones claras para evitar tecnicismos.

2. Soporte personalizado para usuarios con conocimientos básicos (Profesionales que buscan eficiencia)

Este grupo, que ya tiene conocimientos básicos, necesitará apoyo más especializado y recursos que les permitan optimizar su uso de herramientas digitales. Aquí se incluye:

- Formación avanzada paso a paso: Ofrecer tutoriales que ayuden a optimizar el uso de herramientas y aplicaciones, centrados en productividad y eficiencia, y enfocados en resolver problemas específicos que enfrentan los usuarios.
- Atención personalizada: Brindar un servicio de soporte individual para resolver problemas avanzados o dudas específicas. Esto puede incluir sesiones de capacitación en línea o por teléfono, con acompañamiento para resolver necesidades de software o herramientas particulares.
- Software accesible: Recomendación de herramientas tecnológicas y recursos accesibles que mejoren su eficiencia, especialmente aquellas que permiten personalizar la experiencia según sus habilidades y necesidades.

3. Relación comunitaria para grupos vulnerables (Usuarios de zonas rurales y otros segmentos vulnerables)

Para este segmento, se enfocará en crear una red de apoyo y aprendizaje comunitario, donde los usuarios puedan interactuar entre sí y resolver dudas de manera colaborativa. Las acciones incluyen:

- Comunidades virtuales de apoyo: Crear foros y grupos en línea donde los usuarios puedan hacer preguntas, compartir experiencias y resolver dudas con otros miembros de la comunidad, apoyados por moderadores o expertos.
- Interacción y aprendizaje colectivo: Fomentar espacios donde los usuarios vulnerables (mayores, personas con diversidad intelectual, trabajadores no digitalizados) puedan compartir recursos, compartir conocimientos prácticos y ayudarse entre sí.
- Talleres virtuales y en persona: Organizar sesiones grupales, tanto presenciales como virtuales, donde los usuarios puedan interactuar en tiempo real y aprender unos de otros en un entorno inclusivo y accesible.

4. Fidelización para pequeños negocios y organizaciones educativas

Este segmento buscará premiar a los usuarios recurrentes o a aquellos que utilicen el servicio para la capacitación y digitalización de sus equipos. Las estrategias de fidelización incluirán:

- Descuentos y acceso prioritario: Ofrecer precios especiales o descuentos a pequeñas empresas, startups, o instituciones educativas que usen el servicio de manera recurrente para la formación de equipos o estudiantes.
- Contenido exclusivo y formaciones personalizadas: Proporcionar acceso a contenido exclusivo, como seminarios web, cursos de formación adicionales, o recursos diseñados específicamente para facilitar la digitalización de las organizaciones educativas y pequeñas empresas.
- Actualizaciones periódicas sobre nuevas herramientas y tendencias: Mantener a los usuarios al tanto de nuevas funciones, herramientas digitales y tecnologías emergentes que puedan beneficiar a sus negocios o instituciones educativas.

PARA CUIDAR RELACIONES CON EL CLIENTE

1. Formas de contacto

Se dispondrá tanto de un correo de contacto como de un buzón de quejas y sugerencias en la página web. Los mensajes se filtrarán en base a sentencias y palabras clave para diferenciarlos y así responder con más efectividad y con mayor eficiencia a ellos.

2. Boletines informativos

Estos se enviarán a través del correo electrónico, e informarán a aquellos miembros suscritos de las novedades que nuestro servicio ofrece mes a mes, como nuevos artículos de tecnología, nuevas funcionalidades, parches e incluso posibles futuras adiciones en función a las sugerencias de los usuarios. Esto contribuirá a la conversión de usuarios gratuitos a premium, creando relaciones a largo plazo.