

Relación con el cliente

Rasgos generales:

- Atención al cliente personalizado (para una participación creativa y presencial en el proceso de rediseño).
- A través de nuestros canales online (redes sociales y web).
- Acumulación de puntos a través de diferentes formas de interactuar con ReVívelo: los conseguirán por traernos ropa que ya no utilicen para canjearlo por dinero, comprar diseños ya hechos o combinación de ambas.



Acumulación de puntos



Nuestra relación con los clientes se basa en una atención concreta y personal que facilita una participación sencilla y creativa en el proceso de rediseño de sus prendas de ropa. Ofrecemos canales accesibles como nuestras redes sociales y página web para mantener una comunicación fluida y directa. Además, promovemos la interacción con nuestros clientes a través como, por ejemplo, con un sistema de acumulación de puntos que recompensa con descuentos en sus posteriores compras en ReVívelo o como descuentos en días significativos para nuestra empresa, como el Día de la Sostenibilidad el 28 de enero.

Atención al cliente personalizada

Con la atención al cliente personalizado, en ReVívelo se te asignará una persona de referencia que te guíe y aconseje a lo largo del proceso. Además, usaremos “chatbots” para resolver problemas y cuestiones en el momento, disponible las 24 horas, promoviendo que los clientes puedan disponer de respuestas informativas a partir de preguntas o dudas que les puedan surgir. Para garantizar este servicio personalizado, los clientes además tendrán una reunión con su guía donde se les explicará todos los detalles y tendrán la oportunidad de conocerse y así finalmente conseguir en equipo un producto que encaje al 100% con los gustos y necesidades del cliente. Gracias a esto, nuestros clientes podrán estar presentes en todas las decisiones que se tomen en el desarrollo del producto final. Para poder conseguir este servicio de la manera más eficaz y acertada, invitaremos a nuestros clientes a la oportunidad de co-crear con nosotros y así nos pueden enviar o describir cómo quieren que sus diseños cojan forma a partir de sus prendas antiguas.



A través de nuestros canales online



La comunicación e interacción es clave en nuestro proyecto. Habilitaremos diferentes plataformas como, por ejemplo, a través de “chatbots” como dijimos anteriormente o a través de redes sociales para conseguir la comunicación más fluida posible. ReVívelo además, espera ser lo más fiel o transparente hacia nuestros clientes para otorgarles la mayor cantidad de información, descuentos, ofertas, temporadas de promoción, etc. ya sea a través de folletos informativos, redes sociales, emails o informarles presencialmente cada vez lo veamos conveniente.

Relación con el cliente



Este último aspecto, estaría muy ligado a la frecuencia de interacción. Esto sería a decisión del cliente, para que se comuniquen con nosotros la cantidad de veces y tiempo que lo necesiten. Les podremos proporcionar interacciones diarias (como, por ejemplo, publicaciones en nuestras redes sociales y respuestas a las dudas que les puedan surgir a través de comentarios), semanales (noticias en sus emails, folletos... acerca de noticias de descuentos, nuevos productos, nuevas ideas, etc.) y mensual (talleres y eventos para acercarnos más al cliente y sus gustos). Por otra parte, acercarse al cliente es también estar abiertos a recibir comentarios y opiniones de ellos para poder mejorar los diferentes bienes y servicios que ofrecemos. Estas plataformas abiertas contarían con encuestas que preguntarían al cliente sobre su satisfacción con la empresa y nuestro proyecto. Además, podemos a partir de nuestras redes sociales monitorear la actividad y seguimiento de interacción que nuestros clientes tienen con nosotros y así podremos tomar medidas.

ReVívelo solo espera contar con una relación amplia, transparente y sincera para conseguir nuestros principales propósitos. Nosotros esperamos que en esta relación se fomente la sostenibilidad, la creatividad y la conexión directa con nuestros valores y productos, fortaleciendo el vínculo entre la marca y el cliente.

