

5. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La relación de la empresa con los clientes será un pilar fundamental para el éxito del negocio, ya que el modelo se basa en ofrecer un servicio altamente personalizado y emocionalmente significativo. Esta relación está diseñada para ser cercana, confiable y duradera, enfocándose en la satisfacción del cliente durante todo el viaje y proceso previo.

La empresa será muy cuidadosa con el enfoque de la experiencia de cada cliente, implicando:

- Interacciones personalizadas: Cada cliente será tratado como único, con entrevistas detalladas para comprender sus necesidades, preferencias, y expectativas
- Comunicación constante y transparente: Durante todo el proceso, la empresa mantendrá una comunicación fluida con los clientes, informando sobre los avances en la organización de su viaje y generando confianza
- Creación de emociones positivas: la sorpresa, la intriga y la emoción serán elementos clave en la relación, ya que la empresa se centra en ofrecer experiencias, memorables, conectando emocionalmente con los clientes

La personalización será el eje central de la relación de los clientes, desde el primer contacto, la empresa se esforzará por conocer a fondo cada cliente a través de las entrevistas y las segmentación. Esto permitirá.

- Diseñar experiencias que se ajusten perfectamente a los intereses y expectativas de cada cliente
- Formar grupos de viaje compatibles, asegurando que los consumidores compartan afinidades y valores similares
- Ofrecer un servicio que haga sentir al cliente valorado y comprendido, fortaleciendo la relación a largo plazo

Además, esta relación no solo se limitará a una única transacción, sino que estará orientada a construir una conexión basada en la confianza y satisfacción mediante

- Atención al cliente excepcional: la empresa garantiza un servicio de atención al cliente rápido eficiente y empático durante todo el viaje
- Seguimiento post viaje: Una vez finalizada la experiencia se realizará un seguimiento para recopilar opiniones y medir la satisfacción.
- Fidelización: Se implementarán estrategias para fomentar la lealtad como descuentos para futuros viajes, programas de recompensas y la posibilidad de participar en experiencias exclusivas para clientes recurrentes

Otra forma de fomentar esta relación es generando una comunidad de viajeros para que compartan sus experiencias, creando grupos en redes sociales, donde los clientes pueden interactuar, compartir fotos y recuerdos de sus viajes y mantenerse conectados con la marca, habilitando también que puedan compartir sus experiencias sobre los viajes realizados y atraigan a otros clientes.