



2025

STARTinnova

Iker López Gallego
Michael Tijeras Lapteva
Pablo Houot Silla
Adrián Arenas Zanón



Contenido

RELACIONES CON CLIENTES – PAMILOOP	3
Tipos de Relación con los Clientes	3
Estrategias de Fidelización	4
Participación del Cliente y Co-creación	4
Atención a Diferentes Necesidades	5
Feedback y Mejora Continua	6

RELACIONES CON CLIENTES – PAMILOOP

El modelo de Pamiloop, al ser una plataforma digital con un componente físico (reparación y logística), requiere una estrategia de relaciones con el cliente que combine la **eficiencia tecnológica** (Pablo y Adrián) con la **empatía y conciencia ecológica** (Michael).

Tipos de Relación con los Clientes

Pamiloop establecerá una relación que garantiza la eficiencia y la calidez humana en los puntos críticos del proceso:

Tipo de Relación	Descripción y Aplicación en Pamiloop
a) Asistencia Personal	El contacto directo se gestionará principalmente en el Servicio de Atención al Cliente (SAC) , crucial para la confianza. El canal preferente será el chat en web/redes sociales para respuestas ágiles (tal como se mencionó en los canales) y el teléfono/correo electrónico para diagnósticos preliminares y seguimiento de reparaciones complejas. Este contacto es esencial para guiar al usuario que vende un aparato dañado.
c) Servicios Automatizados	La columna vertebral de la experiencia de usuario. El cliente podrá gestionar la mayoría del ciclo sin intervención humana: registro en la app, publicación del electrodoméstico dañado con fotos, solicitud de recogida o compra directa del aparato reacondicionado, y seguimiento en tiempo real del estado de la reparación/entrega a través de su área privada.
d) Autoservicio	Se proporcionarán herramientas para la autonomía del usuario, especialmente en la fase de decisión y mantenimiento. Esto incluirá una sección de FAQ detallada sobre el proceso de venta/compra y, crucialmente, un blog o videoguías (impulsado por Adrián) con consejos de

Estrategias de Fidelización

Las estrategias se centrarán en incentivar el uso continuado de la plataforma, tanto para vender como para comprar, promoviendo el "bucle" (*loop*):

Estrategia	Aplicación en Pamiloop
a) Descuentos y promociones	Descuentos por volumen/fidelidad: Reducción de la comisión estándar (10–15%) para usuarios que realicen más de 3 transacciones (venta o compra) en un año. Ofertas temporales: Promociones específicas en electrodomésticos reacondicionados durante campañas ecológicas (Día de la Tierra, Semana del Reciclaje).
b) Bonificaciones	Sistema de Puntos Verdes: Acumulación de puntos con cada venta o compra de un aparato reacondicionado. Estos puntos podrán ser canjeados por servicios adicionales (recogida express por 5 €, kits de repuestos desde 10 €) o por descuentos directos en futuras compras, incentivando el <i>loop</i> .
c) Comunicación Continua	Newsletters y Correo Electrónico: Envío periódico de ofertas exclusivas y recordatorios de mantenimiento específicos para los electrodomésticos que el cliente haya comprado, manteniendo a Pamiloop relevante más allá de la transacción.

Participación del Cliente y Co-creación

La participación del cliente es clave para la mejora continua y para afianzar el sentimiento de comunidad ambiental:

- **Co-creación de Contenido:** Los usuarios serán invitados a compartir **casos de éxito** de sus aparatos reacondicionados (testimoniales, fotos de "antes y después") a través de redes sociales, que Pamiloop republicará (impulsando la creatividad de Adrián). Los técnicos suscritos también podrán proponer **ideas para la app** o nuevas funcionalidades.
- **Creación de Comunidades:** Se fomentará la participación en **Comunidades online / grupos de usuarios** (WhatsApp o Facebook), no solo para soporte rápido, sino para compartir *tips* ecológicos, anunciar nuevas unidades limitadas y debatir sobre sostenibilidad.
- **Feedback Continuo:** Se recogerán sugerencias a través de **encuestas post-servicio** y un **Formulario en la web** accesible. Se dará especial valor a los **buzones de sugerencias** dentro de la app para capturar ideas funcionales (Pablo/Iker).

Atención a Diferentes Necesidades

La atención se adaptará a los dos segmentos principales (vendedores y compradores) y a las necesidades específicas de los técnicos:

- **a) Personalización de servicios:**
 - **Vendedores/Usuarios Ocasionales:** Necesitan un proceso simple y guiado. La atención se centrará en la **Asistencia Personal** para simplificar la publicación y la logística de recogida.
 - **Compradores Recurrentes/Conscientes:** Buscan valor y sostenibilidad. La atención se enfocará en la **Transparencia y Confianza** (Michael), ofreciendo información detallada sobre el proceso de reacondicionamiento y la garantía.
 - **Técnicos (Clientes B2B):** Necesitan eficiencia y volumen. Recibirán **Asistencia Personal Dedicada** (por ejemplo, un gestor de cuentas de la plataforma) para soporte con la suscripción premium, la facturación y la optimización de rutas (Iker).
- **b) Personal Especializado:** El personal clave serán los **Técnicos Certificados** (socios clave en la alianza con Formatec/FP). Pamiloop, a través de la app, solo conectará al usuario con técnicos cuya formación y experiencia hayan sido validadas por la plataforma, garantizando la calidad de la reparación.

Feedback y Mejora Continua

El *feedback* será el motor del desarrollo tecnológico y de servicio (Pablo):

- **a) Encuestas de Satisfacción:** Se enviarán automáticamente **vía correo o web** inmediatamente después de la finalización de un servicio (compra o reparación). Se evaluará la calidad de la reparación, la logística y la experiencia en la app con métricas de **Net Promoter Score (NPS)** y **Customer Satisfaction (CSAT)** para medir la funcionalidad (Pablo) y la empatía (Michael).
- **b) Reseñas y Valoraciones:** Se permitirá la publicación de **Reseñas y valoraciones online** tanto en la ficha del electrodoméstico reacondicionado como en el perfil de cada técnico dentro de la app. Se establecerá un protocolo para responder a **todas** las reseñas (positivas y negativas) en un plazo máximo de **24 horas** para demostrar Confianza y Compromiso Social.
- **c) Comunicación Abierta:** Los canales abiertos (correo, chat, redes sociales) serán monitoreados por un equipo de respuesta rápida con un tiempo de respuesta esperado de **2-4 horas** en horario comercial para consultas urgentes (disponibilidad/estado de reparación).