



# SIGNATALK

## 6. RELACIONES CON LOS CLIENTES

### **Estrategia de relación con el cliente**

La estrategia de relación con los clientes de SignaTalk se fundamenta en la combinación de tecnología avanzada y atención centrada en el usuario, con el objetivo de establecer vínculos duraderos, inclusivos y de alto valor añadido. Dicha estrategia está orientada tanto a la captación de nuevos clientes como a su fidelización y crecimiento a largo plazo, especialmente en un mercado sensible a la accesibilidad y la experiencia de uso.

### **Tipología de relación con el cliente**

SignaTalk adopta un modelo híbrido de relación con el cliente que integra diferentes modalidades, en función de las necesidades del usuario y del contexto de uso del producto:

- **Autoservicio**  
Los usuarios pueden adquirir el dispositivo y acceder a la aplicación de forma autónoma a través de plataformas digitales. La aplicación incorpora guías visuales, tutoriales accesibles y procesos de configuración intuitivos que permiten una utilización independiente del sistema.
- **Servicios automatizados**  
La traducción de la lengua de signos a voz o texto se realiza mediante sistemas de inteligencia artificial que operan en tiempo real. Asimismo, el software recibe actualizaciones periódicas que mejoran su precisión, funcionalidad y adaptabilidad, sin intervención directa del usuario.
- **Asistencia personal**  
Se ofrece atención al cliente a través de canales accesibles, como chat, correo electrónico y videollamadas, con posibilidad de soporte en lengua de signos. Este servicio permite resolver incidencias técnicas y facilitar la adopción del producto en sus primeras fases de uso.
- **Asistencia personal dedicada**  
En el caso de instituciones educativas, sanitarias o empresariales, se proporciona un servicio de acompañamiento específico, que incluye asesoramiento, formación inicial y soporte continuo adaptado a entornos colectivos.
- **Comunidades de usuarios**  
SignaTalk promueve la creación de comunidades digitales en las que los usuarios pueden intercambiar experiencias, recomendaciones y buenas prácticas, fomentando la interacción social y el sentimiento de pertenencia a la marca.
- **Co-creación**  
Los usuarios participan activamente en el proceso de mejora del producto mediante la aportación de sugerencias, pruebas piloto y programas beta, lo que permite ajustar la tecnología a las necesidades reales de la comunidad sorda y con pérdida auditiva.

## **Acciones de fidelización y retención**

Para garantizar la permanencia del cliente y reforzar su vinculación con la propuesta de valor, SignaTalk implementa las siguientes acciones:

- Acceso gratuito a las funciones premium de la aplicación durante los primeros doce meses.
- Actualizaciones continuas del sistema de inteligencia artificial que incrementan la calidad del servicio.
- Opciones de personalización y registro del historial de uso.
- Programas de fidelización basados en el uso continuado, recomendaciones y renovaciones.
- Comunicación periódica con el usuario a través de contenidos informativos y formativos accesibles.

## **Integración del cliente en el modelo de negocio**

El cliente desempeña un papel activo dentro del modelo de negocio de SignaTalk. La incorporación de un sistema de suscripción para funciones avanzadas garantiza la sostenibilidad económica del proyecto y la mejora constante del producto. Asimismo, se establecen acuerdos con instituciones y asociaciones que facilitan la adopción de la tecnología en entornos educativos, laborales y sanitarios, promoviendo un impacto social amplio y sostenido.

## **Valor estratégico de la relación con el cliente**

La gestión de la relación con los clientes constituye un elemento clave en la propuesta de valor de SignaTalk, ya que permite:

- Incrementar la satisfacción y confianza del usuario.
- Generar ingresos recurrentes a través de servicios asociados.
- Mejorar el producto mediante la retroalimentación continua.
- Fortalecer la reputación de la marca como solución tecnológica inclusiva y socialmente responsable.