

Relaciones con Clientes

La relación de los clientes antes de la compra, la relación con los clientes se centra en informar, atraer y resolver dudas iniciales. En este caso, la empresa ofrecerá atención básica en tienda o a través de redes sociales, explicando las diferencias entre los tipos de bolígrafos y típex, sus usos, precios y promociones. También puede publicar ofertas y packs escolares para captar la atención de estudiantes, oficinas y familias.

Durante la compra, el objetivo es facilitar una transacción rápida y fluida. Para ello, la empresa ayudará al cliente a elegir el producto que mejor se adapte a sus necesidades, como un boli de punta fina para escritura técnica o un típex en cinta para un uso más limpio. En tienda física se brindará asistencia directa y en la tienda online se ofrecerá un proceso de compra sencillo e intuitivo.

Después de la compra, la relación se orienta a garantizar satisfacción, soporte y fidelización. La empresa atenderá posibles reclamos, como bolígrafos defectuosos o típex secos, y ofrecerá soluciones rápidas. Además, podrá enviar promociones para reposición de material, descuentos por compras recurrentes o programas de fidelización que incentiven a los clientes a volver.

En cuanto a los tipos de relación, la empresa puede establecer relaciones personales mediante la atención humana directa, como el trato de los dependientes en tienda o la comunicación personalizada con clientes frecuentes. Este tipo de relación ofrece una experiencia cercana y adaptada, aunque puede resultar más costosa y menos escalable. Por otro lado, la empresa puede utilizar relaciones impersonales o automatizadas, como la tienda online, los mensajes automáticos o el autoservicio, que permiten atender a muchos clientes con menor coste, aunque con un nivel de personalización más bajo.