

## 6.-RELACIÓN CON LOS CLIENTES.

### ★ RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La relación con los clientes de *Ronaly Makeup* se basa en la cercanía, la confianza, la comunicación constante y el compromiso con la sostenibilidad. Al ser una marca *ecofriendly* y emergente, buscamos crear una comunidad que no solo consuma el producto, sino que se identifique con los valores de la marca.



Este punto se divide en dos grandes áreas: la promoción y la atención al cliente.

### LA PROMOCIÓN

La estrategia de promoción de Ronaly Makeup tiene como objetivo:

- Dar a conocer la existencia de la marca.
- Persuadir al consumidor para que pruebe y compre nuestros productos.
- Recordar de forma constante la presencia de la marca para fomentar la repetición de compra.

#### **1. Estrategias iniciales de marketing**

-Impresión del logo y nombre de *Ronaly Makeup* en pegatinas y cartelería sencilla, colocadas en zonas visibles de la ciudad.

-Difusión del mensaje de marca asociado a sostenibilidad, inclusión y cuidado de la piel.

#### **2. Publicidad**

*Ronaly* priorizará los medios más adecuados para su público objetivo:

- Redes sociales (Instagram, TikTok y Facebook), con campañas de pago segmentadas por edad, intereses (maquillaje, *skincare*, sostenibilidad) y ubicación.
- Colaboraciones con microinfluencers alineados con valores *ecofriendly*.
- Publicidad digital puntual en fechas clave (lanzamientos, descuentos, campañas especiales).



No se utilizará inicialmente televisión, radio o prensa tradicional por su alto coste y menor segmentación.

### **3. Merchandising**

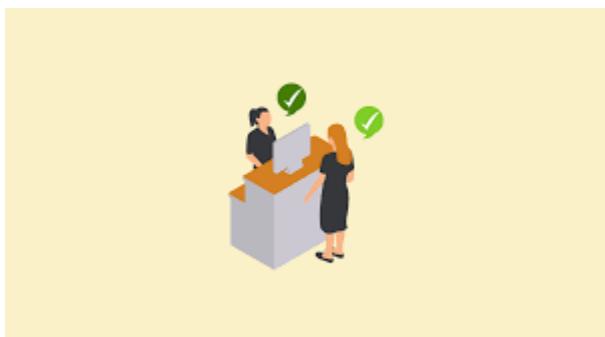
- Packaging atractivo, ecológico y reutilizable que refuerce la identidad visual de *Ronaly*.
- Packs personalizados que destaque en el punto de venta online y en posibles ferias o eventos.
- Inclusión de tarjetas con mensajes sostenibles y cuidado de la piel.

### **4. Promoción de ventas**

- Muestras gratuitas en pedidos online o eventos.
- Descuentos de lanzamiento.
- Promociones temporales y packs con precio reducido.
- Ofertas especiales en fechas clave (rebajas, *Black Friday*, Navidad).



### **5. Fidelización**



- Sistema de descuentos por repetición de compra.
- Vales descuento para próximas compras.
- Beneficios exclusivos para clientes recurrentes.
- Comunicación personalizada por

email o redes sociales.

## **6. Relaciones públicas**

- Comunicación transparente sobre ingredientes, procesos y sostenibilidad.
- Participación en eventos *ecofriendly*, ferias de cosmética natural y mercados locales.
- Colaboración con asociaciones y proyectos vinculados al cuidado del medioambiente y la inclusión.



## **7. Venta directa**

- Atención personalizada a través de redes sociales y web.
- Participación en eventos presenciales donde se pueda explicar el producto cara a cara.
- Resolución directa de dudas sobre tonos, tipos de piel y uso de los productos.

## **LA RELACIÓN CON EL CLIENTE**

*Ronaly Makeup* entiende que una buena atención al cliente es clave para el éxito del proyecto. Al ser una empresa pequeña, la relación será **cercana, personalizada y directa**.

### **Tipo de relación con el cliente**

- Relación personal y directa a través de redes sociales, correo electrónico y mensajes web.
- Relación digital y parcialmente automatizada mediante formularios, emails informativos y seguimiento de pedidos.

### **Atención al cliente**

- Respuesta rápida y cercana a dudas, reclamaciones o sugerencias.
- Acompañamiento al cliente en la elección de productos según su tipo de piel y tono.
- Gestión eficaz de devoluciones y cambios.



## Cómo atraer, mantener y hacer crecer a los clientes

### Atraer clientes:

- Publicidad en redes sociales.
- Imagen de marca clara y diferenciada.
- Mensaje basado en sostenibilidad, inclusión y precios accesibles.

### Mantener clientes:

- Productos de calidad que cumplan lo prometido.
- Atención al cliente cercana.
- Descuentos y promociones personalizadas.
- Comunicación continua y transparente.



### Hacer crecer la relación:

- Packs personalizados.
- Posibles suscripciones a productos básicos (desmaquillante, skincare).
- Encuestas y *feedback* para mejorar productos.

-Integrar al cliente como parte activa de la comunidad *Ronaly*.

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

*Ronaly* busca que el cliente forme parte activa de la marca:

- Personalización de productos y packs.
- Programas de fidelización.
- Comunicación constante en redes sociales.
- Participación del cliente en mejoras y decisiones futuras.



**Bibliografía:**

<https://chatgpt.com/>

Libro: Itinerario Personal para la Empleabilidad II

