

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

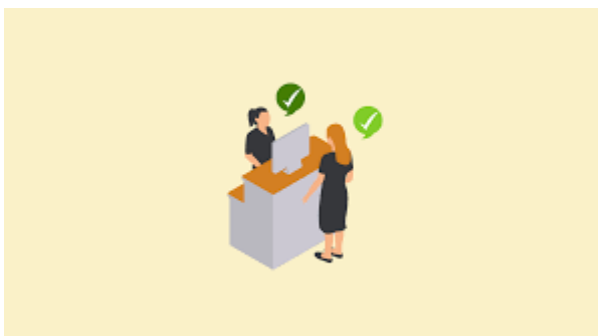
- Packaging atractivo, ecológico y reutilizable que refuerce la identidad visual de *Ronaly*.
- Packs personalizados que destaquen en el punto de venta online y en posibles ferias o eventos.
- Inclusión de tarjetas con mensajes sostenibles y cuidado de la piel.

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

