

Relaciones con los clientes

La empresa establecerá una relación con los clientes basada en la cercanía, la interacción constante y la fidelización, adaptándose a las características del público objetivo y a los distintos canales de venta. Dado que el producto se dirige principalmente a jóvenes adultos, deportistas, estudiantes y trabajadores con un estilo de vida activo, la relación con el cliente buscará reforzar la identificación con la marca y su asociación con la energía, el rendimiento y el bienestar.

En los puntos de venta físicos, como gimnasios, eventos deportivos, ferias y universidades, la relación será directa y personalizada, ofreciendo información clara sobre los beneficios del producto, sus ingredientes naturales y su contribución al rendimiento físico y mental. Este contacto cercano permitirá generar confianza, resolver dudas y recoger opiniones que ayuden a mejorar la experiencia del consumidor.

A través de los canales digitales, especialmente redes sociales y plataformas de comercio electrónico, la marca mantendrá una comunicación continua e interactiva con los clientes. Se compartirán contenidos relacionados con hábitos saludables, actividad física, productividad y estilo de vida activo, así como promociones y lanzamientos exclusivos, con el objetivo de reforzar el vínculo emocional con el consumidor y fomentar la repetición de compra.

Asimismo, se desarrollarán programas de fidelización y un sistema de suscripción mensual que permita ofrecer ventajas exclusivas a los clientes más fieles, como descuentos, acceso anticipado a nuevos productos o ediciones especiales. Estas acciones contribuirán a mantener una relación estable y duradera, asegurando ingresos recurrentes y fortaleciendo la lealtad hacia la marca.

La colaboración con influencers, deportistas y marcas afines al mundo del fitness y la vida saludable permitirá crear una comunidad en torno a la marca, en la que los clientes se sientan identificados con sus valores y estilo de vida. Finalmente, se habilitarán canales de atención y postventa para atender sugerencias, reclamaciones y valoraciones, utilizando el feedback de los clientes como herramienta clave para la mejora continua del producto y su adaptación a las necesidades del mercado.