

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La tienda móvil ecosostenible tiene como objetivo atraer **nuevos clientes**, tratando con cercanía desde el primer contacto, mostrando transparencia con los precios, el origen de los productos y los beneficios (sobre todo ambientales) del consumo a granel.

Para captar la atención inicial, la empresa se basa en la presencia del camión en los barrios, el uso de redes sociales y el “boca a boca”, que suele ser lo más efectivo cuando el cliente comprende que el servicio es útil. Una vez que las personas conocen el proyecto, lo fundamental para mantenerlas es ofrecer una experiencia agradable y adecuada a sus valores, haciendo hincapié en el trato cercano, respondiendo dudas con claridad y demostrando compromiso con la sostenibilidad. Finalmente, para hacer crecer la relación, el objetivo es que el cliente sienta que forma parte de algo más que una mera compra: una comunidad que comparte hábitos responsables y una preocupación por el medio ambiente. Esto genera fidelidad, confianza y la posibilidad de que cada cliente vuelva, recomiende y participe en el crecimiento del proyecto.

Uno de los elementos principales será la **asistencia personal**, ya que la compra se realiza en el camión de forma directa, con la ayuda del equipo para orientar sobre cantidades, usos o alternativas más económicas.

Esta atención tan cercana permite escuchar las necesidades reales, aconsejar de manera individualizada y resolver dudas en el momento, lo que crea una relación cómoda y segura. En algunos casos, una **asistencia personal dedicada** será lo óptimo, pensada especialmente para clientes que necesiten un acompañamiento más preciso, como personas mayores o consumidores que se estén iniciando en la compra a granel y aún no tengan claro qué envases usar o cómo conservar los productos.

Aun así, no todo dependerá de la interacción directa. Para agilizar la experiencia de compra, se acompañará de un sistema simple de **autoservicio** dentro del mismo camión, donde el cliente podrá rellenar sus envases según sus necesidades, mientras el personal supervisa y ayuda cuando sea necesario. Esto permitirá que cada persona compre a su ritmo, y con la libertad de explorar los productos disponibles, pero esto será más factible en personas con alguna experiencia anterior en este mundo.



Los **servicios automatizados** también formarán parte de la relación con los clientes. Se podrán publicar semanalmente en redes sociales o página web los horarios, rutas y productos disponibles, haciendo que cada persona pueda consultar desde su móvil, independientemente del momento, cuándo pasará la tienda por su barrio, facilitando así mucho el proceso. Además, se podrá notificar el envío de actualizaciones o recordatorios a quienes deseen recibirlos, favoreciendo que nadie se pierda las visitas del camión.

Además, aspira a formar **comunidades** formadas por personas que comparten interés por el medioambiente y el producto local. Esto puede lograrse organizando pequeñas campañas o talleres sobre reciclaje, favoreciendo la participación y el *quid pro quo*. Cuando el cliente siente que no solo compra, sino que conecta con otros, la relación se vuelve más estrecha.

Se promoverá la **co-creación**, proponiendo a los clientes que participen en nuevos productos, rutas o mejoras en el servicio, todo dentro del foro de la aplicación. Que la comunidad pueda aportar ideas hace que se sientan parte del proyecto, haciendo que la lealtad hacia la marca crezca, generando un servicio adaptado a sus necesidades. El cliente será la clave para fomentar y mejorar.