

Relaciones con los clientes

Para **mantener** y atraer nuevos clientes se utilizarán las estrategias del negocio usando cercanía, visibilidad y utilidad práctica. Esto supone estar cerca de los clientes, que el servicio sea conocido y ofrecer algo que realmente les sirva y les genere confianza.

Desde el primer contacto se ofrecerá una **asistencia personal** clara y cercana donde cada cliente puede comprender y comprobar fácilmente los funcionamientos del servicio y cómo puede ayudar a diferentes tipos de clientes en su día a día. La captación se hará por medio de canales publicitarios que consiguen captar a individuos que buscan este tipo de servicios. También se harán campañas en redes sociales y grupos locales, donde podrán ver ejemplos reales del servicio, casos de éxito o testimonios, lo que ayuda a despertar curiosidad y mostrar directamente la utilidad del proyecto. También se proporcionarán incentivos de bienvenida y tareas a bajo coste para que pueda probar el servicio sin compromiso y ver rápidamente su valor.

La forma de retener al cliente consiste en ofrecer una **atención personal dedicada** de forma permanentemente, constante o continuada. Es una atención que supone conocer las necesidades del cada cliente y ofrecer el servicio adaptado a su situación, ofreciendo un acompañamiento próximo y humano. El cliente de este modo no sólo recibe ayuda en situaciones sino que va experimentando la sensación de tener el apoyo continuado de una persona que le escucha, le entiende y que está disponible cuando le hace falta. Esta forma de atención mejora la confianza, la experiencia del usuario y contribuye a la hora de construir la relación con el servicio.



Imagen generada por ChatGPT (2025). Descripción: Relación de cliente con trabajador fondo azul. <https://chatgpt.com>

La comunicación será flexible, rápida y humana, en consecuencia generará confianza y seguridad. A esta relación tan personalizada hay que añadir ciertos **autoservicios** como recordatorios o avisos básicos, que completan el servicio humano en cuanto a la organización de tareas realizadas sin perder la esencia humana y próxima del proyecto. Todo esto permitirá que el cliente perciba continuidad, fiabilidad y utilidades constantes que son claves para la permanencia en el tiempo.

Con el fin de conseguir que los clientes confíen en el servicio, el proyecto contará con la creación de **comunidades** locales en torno al sistema en la que los vecinos podrán compartir experiencias y reflexionar sobre mejoras, así como ver cómo otras personas ya están usando el sistema con éxito. Todo ello hace que se genere un efecto de confianza colectiva pues el usuario no tiene la sensación de estar sólo, sino que forma parte de un colectivo que está obteniendo beneficios del mismo sistema.

Asimismo la empresa incorporará la **co-creación** al desarrollo del servicio, proponiendo incorporar a los propios usuarios en el proceso de aportar ideas,

sugerencias y nuevas necesidades para adaptar el sistema a la realidad del barrio, donde el cliente ve que su opinión es tomada en cuenta, valorada y da lugar a mejoras reales, entonces la percepción de confianza va en aumento y se refuerza la relación a largo plazo.