

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Para **atraer** a nuevos clientes, la empresa implementará una estrategia de repartir revistas o folletos, distribuyéndolos en diversos puntos, como buzones de hogares, consultorios médicos o dentales, cafeterías, o cualquier lugar que permita colocar los materiales que se promocionan. De esta manera se implementa la visibilidad del producto AquaSmart y generar interés hacia los consumidores.

Se implementa un cupón de descuento, para captar la atención de nuevos clientes y motivarlos a probar Aquasmart. Además del descuento, se ofrecen promociones combinadas, como packs de lanzamiento, regalos complementarios o puntos acumulables para futuras compras. Otra opciones serían crear códigos promocionales exclusivos para redes sociales. Se pueden diseñar programas, donde los clientes actuales obtengan beneficios al invitar a amigos o familiares y campañas temporales en fechas especiales como cumpleaños, inicio de año o eventos deportivos, aumentando la visibilidad y el atractivo del producto.

AquaSmart ofrece un grupo en redes sociales, donde el público podrán compartir sus trucos para ayudar a otras personas o mejorar el consumo del agua inteligente. Por otro lado se podrán realizar retos donde esta **comunidad** ofrece distintos retos donde todo el grupo participará en la realización, aparte compartirán cómo van sus avances. Todas estas acciones tomadas se mantienen ligadas a la propuesta.

La relación recibida podrá ser de dos maneras diferentes, **cara a cara**, debido a la colaboración con el gimnasio, ellos serán informados de los beneficios que tiene AquaSmart y los compartirán con todo aquel interesado.

Por otro lado podría ser a través de la web es decir que ellos cuenten su situación, es decir sus necesidades, como nos ha conocido, por que le ha llamado la atención la propuesta por un chat operador mediante un **servicio automatizado** insertado en la web para recomendarle las diferentes pautas acorde a sus necesidades, y si esta de acuerdo a lo contado, podrá pedirlo y lo recibirá en dos días laborales al propio domicilio, se realizará con el fin de dar una atención personalizada o individualizada y rápida.

La **co-creación** es un proceso colaborativo, relación empresa-comprador que trabajarán juntas, se usará para la innovación y mejora de algunos procesos realizados, así como para la producción y apoyo al cliente.

Con todo ello se intercambiarán opiniones y situaciones para conseguir un logro más efectivo y enriquecedor. Generar un valor compartido, aprovechar esa diversidad y conseguir un mayor éxito en el mercado y lealtad de los clientes.