

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Para establecer una relación más allegada al cliente con nuestra empresa LilaGo, hemos optado por un sistema completamente automatizado que se lleve mediante el uso tecnológico, y que consistirá en una aplicación móvil disponible tanto como para Android e iOS (*LilaGo+*) con múltiples funcionalidades que podrá tener el cliente a su disposición independientemente de sus circunstancias. Así, manteniendo una constancia con los usuarios para asegurar la mayor disponibilidad y ayuda posible en todo momento. En cuanto a las funciones escogidas de la aplicación, hemos priorizado las más viables, incluyendo:

Atención 24/7 desde la app:

Hemos desarrollado una línea de Atención al Cliente abierta las 24 horas del día, que se pondrá como una opción a escoger una vez dentro de la aplicación, dirigiendo al cliente para contactar al equipo de ayuda mediante un número de teléfono pinchable, y así pudiendo llamar directamente para resolver cualquier tipo de duda tanto por el servicio como para solucionar algún error detectado. De esta forma aseguramos la tranquilidad del usuario en caso de imprevistos y les facilitamos el uso del servicio.

Notificaciones push:

Una vez esté la aplicación instalada, se pedirá al usuario el permiso de enviar notificaciones al dispositivo que servirán para tener un seguimiento en tiempo real de cada viaje. Funcionaría de forma que, una vez se haya solicitado un viaje, se den intervalos de tiempo para saber en cuanto tiempo llegará el vehículo y la duración del mismo una vez haya sido recogido al cliente. De esta forma, generamos menos incertidumbre a la hora de usar el servicio.

Encuestas de satisfacción tras cada viaje:

Cuando el servicio haya finalizado, saldrá una encuesta automática mediante notificación que se podrá pulsar para dar una valoración sobre 5 estrellas de la calidad del viaje, y además un recuadro en el que se podrá redactar de forma anónima las quejas o las valoraciones del cliente. Mediante este sistema podemos aumentar consciencia sobre nuestro servicio y/o empleados y hacer cambios o mejoras para satisfacer de forma integral la experiencia colectiva.

Finalmente, contaremos con un programa de fidelización:

Para asegurar mayor lealtad de los usuarios, propondremos descuentos de hasta el 15% para aquellos que hagan viajes frecuentes, que generará más deseo de contar con nuestro servicio. Así, mantendremos ingresos mediante la consistencia de cada individuo al volver a nuestro servicio en vez de la mantención de precios.

Una vez establecido el método para relacionarnos con los usuarios actuales, nos centraremos en aumentar la atención colectiva y la expansión de clientela mediante ciertos canales publicitarios que darán mayor visibilidad a LilaGo, de los cuales se han escogido:

Las redes sociales:

Al ser las redes lo más viable para captar la atención del individuo hoy en día, se les dará un gran protagonismo (especialmente las más populares, como Tiktok e Instagram) en donde habrá al menos una persona encargada de las relaciones públicas de la empresa, que manejará las cuentas asociadas con LilaGo en cada plataforma y que se encargará de publicar contenido publicitario o relevante a nuestro servicio para fomentar curiosidad y nuevos usuarios. El contenido puede incluir muestras de nuestros servicios realizados, opiniones de nuestros clientes o seguimientos de modas virales con un enfoque relacionado a los valores u objetivos de nuestra empresa.

Campañas publicitarias en diversos lugares:

Enfocando lugares donde hayán grandes o diversos ambientes (ya sea una universidad u diversos bares y discotecas locales) podemos patrocinar mediante carteles que enseñen información básica sobre nuestra propuesta, pegatinas o chapas reconocibles ya sea mediante un diseño creado con el eslogan empresarial o la mera muestra del logotipo de Lilago, así buscando familiaridad con nuestra marca y fomentando la curiosidad de más individuos.

Colaboraciones con asociaciones:

Como último recurso publicitario, nos afiliaremos con asociaciones que reflejen nuestros valores u objetivos, siendo principalmente los feministas como Emakunde (Instituto Vasco de la Mujer) y el conjunto de aquellas más locales como La Red Feminista de Euskadi, en donde se juntan diversas organizaciones. Y aquí, se usará una metodología similar a aquella de la campaña publicitaria, pero de forma mayormente centralizada en el segmento de clientes objetivos.