

RELACIONES CON LOS CLIENTES

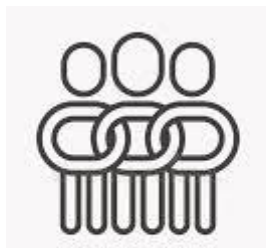
Como ya hemos venido diciendo a lo largo de toda esta presentación, los clientes son la base y lo que sostiene vivo el comercio. Por ello la relación que la empresa ha de tener con ellos será sólida y muy estructurada. Mantendremos una variedad de maneras de relacionarnos con los clientes, desde una más individualizada a una más conjunta con reuniones y meetings. Vamos a identificar los clientes en dos partes, cuando los tratamos de captar, y cuando les prestamos el servicio.

A la hora de captar la clientela y hacerles ver porque deberían elegimos a nosotros, lo referente a marketing y publicidad, queremos tener la mayor transparencia posible. No queremos venderles algo que no somos, solo la verdad. Por ello haríamos como cualquier empresa, publicitarnos, vendernos, pero a la hora de elegir qué haya una persona para dar un trato más individualizado cara a cara.



Tampoco ofrecemos tarifas planas ni continuadas. Nuestra idea principal es que la gente pague por el servicio recibido, o pagar por el servicio a recibir, pero garantizando que se recibirá ese servicio. La idea sería una especie de suscripción donde el cliente podría quitarse cuando quisiera sin compromisos, aunque solo sería capaz de irse debido a una razón de peso, ya que no permitiremos que la gente abandone constantemente.

Una vez dentro del “programa”, nuestra principal herramienta sería la asistencia personal dedicada, donde cada persona contará con otra para su apoyo y bienestar. Poco a poco la persona se irá volviendo más y más independiente y no necesitará de nadie para lograr el proceso de desintoxicación y sabiendo cómo ha de usarse



correctamente la tecnología. Aunque no nos basamos solo en una manera, sino que como hemos dicho tendríamos varias. La otra sería por comunidades, crear grupos de gente que se tenga mutuamente y se apoye, aunque esta parte no esté pensada para ser una parte obligatoria todo el mundo tendría el derecho a acceder a ella, ya que tampoco estaríamos valorando instalar un modelo freemium. Queremos que todo el mundo tenga las mismas oportunidades de mejorar.