

Relaciones con clientes

La relación con los clientes es un elemento clave en el modelo de negocio de Relecta, ya que la empresa no solo busca realizar ventas puntuales, sino construir relaciones duraderas basadas en la confianza, la cercanía y la personalización. Para ello, se desarrollan diversas acciones orientadas a fidelizar al cliente y mantenerlo vinculado a la propuesta de valor de la empresa.

En primer lugar, Relecta apuesta por una atención personalizada y continua, adaptando cada diseño a las necesidades y preferencias del cliente. A través del asistente virtual Relecti y de los canales digitales de comunicación, se acompaña al cliente durante todo el proceso creativo, desde la elección del estilo hasta la entrega final. Este seguimiento cercano genera una experiencia positiva y aumenta la probabilidad de que el cliente vuelva a confiar en la empresa para futuras celebraciones.

Además, se llevarán a cabo acciones de fidelización, como el envío de comunicaciones personalizadas, recordatorios para fechas especiales (cumpleaños, aniversarios o eventos recurrentes) y ofertas exclusivas para clientes habituales. Estas acciones permiten mantener el contacto con el cliente a lo largo del tiempo y reforzar el vínculo emocional con la marca Relecta.

En cuanto a la integración del cliente en el modelo de negocio, Relecta contempla la creación de programas de clientes recurrentes, donde aquellos que realicen varios pedidos puedan acceder a ventajas como diseños exclusivos, prioridad en encargos o descuentos en productos complementarios. Asimismo, se valorará la posibilidad de establecer suscripciones creativas, especialmente dirigidas a clientes que necesiten tarjetas de forma periódica, como pequeñas empresas, organizadores de eventos o asociaciones.

Por último, Relecta fomenta la participación activa del cliente mediante la recogida de opiniones y sugerencias tras cada pedido. Este feedback se utiliza para mejorar los servicios, adaptar las propuestas creativas y reforzar la sensación de que el

cliente forma parte del proceso de creación. De este modo, la relación con el cliente se convierte en un elemento estratégico que impulsa la fidelización y el crecimiento sostenible del proyecto.