


**RELACIONES CON EL CLIENTE**

	<b>ÍNDICE</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tipo de relación</li><li>2. Acciones de captación</li><li>3. Acciones de retención</li><li>4. Acciones de fidelización</li></ol>
---	--

## 1. Tipo de relación

En Papallona nos relacionamos con los clientes tanto de forma directa como indirecta.

De manera directa, ya que mantenemos un trato personal, cercano y personalizado con el cliente. Ya sea en persona, por teléfono o respondiendo emails, para atender sus dudas y necesidades de manera humana. Y nuestra web está absenta de una ayuda de IA para el cliente, ya que las dudas que les puedan surgir preferimos responderlas de forma personalizada.

De manera indirecta, ofrecemos información y contacto a través de medios tecnológicos y de difusión, como nuestro sitio web, redes sociales y material promocional, donde los clientes pueden acceder a contenido sobre nuestros productos y filosofía sin necesidad de una interacción inmediata

## 2. Acciones de captación

### MARKETING DE CONTENIDOS

Por un lado, vamos a captar y fidelizar a nuestro público a través de contenido digital enfocado en el cuidado de la piel sensible, como la piel de mariposa, la psoriasis y la dermatitis. Para ello, crearemos blogs informativos, videos educativos, infografías que aporten valor y ayuden a resolver dudas comunes sobre estas afecciones y realizaremos entrevistas con pacientes o cuidadores donde cuentan sus trucos diarios para mejorar la calidad de vida.

Por ejemplo:

- Cómo elegir ropa cómoda que no irrite la piel.
- Técnicas de hidratación y cuidado diario de la piel sensible.
- Consejos para proteger la piel en verano o en invierno.
- Estrategias para hacer que las rutinas de baño o de aplicación de cremas sean más fáciles para los niños.

Estas entrevistas servirán para que otras personas con piel sensible y sus familias **aprendan de experiencias reales** y se sientan acompañadas, generando cercanía y confianza con la marca.

Este contenido se publicará principalmente en nuestra página web y se difundirá a través de nuestras redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, donde buscaremos llegar a nuestro público objetivo mediante publicaciones informativas, encuestas e información de nuestras prendas adaptado a cada plataforma.

En nuestra cuenta oficial de Papallona, realizaremos un Instagram Live en el que participará una enfermera especializada en piel de mariposa, con la que previamente hemos hablado y realizado una entrevista. Durante el directo, la enfermera responderá todas las dudas que

nuestros seguidores puedan tener, tanto sobre su día a día como sobre casos excepcionales, contando con la experiencia y conocimientos necesarios para ofrecer respuestas precisas y útiles.

En las entrevistas previas que realizamos a esta enfermera, obtuvimos información relevante, como ella misma nos comentó:

*"Para las personas con piel de mariposa, la clave está en elegir prendas suaves, sin costuras agresivas, sin etiquetas, botones y cremalleras para evitar cualquier posible roce. Pequeños cambios en la rutina diaria pueden mejorar enormemente la comodidad y prevenir lesiones."*

Esta colaboración permitirá que nuestros seguidores aprendan de la experiencia de una experta, reciban consejos prácticos y sientan que cuentan con apoyo directo de profesionales en su cuidado diario.

ESTE PRÓXIMO VIERNES 16 A LAS 4 pm VAMOS A REALIZAR UN LIVE EN ESTA CUENTA

● LIVE

En el live asistirá la especialista y enfermera de la asociación Debra, Elena M.N, os resolverá cualquier duda que tengáis

@ElenaDEBRA🦋

NO OS OLVIDÉIS DE IR PENSANDO DUDAS!!!!💖

💖🦋🦋🦋🦋

Os esperamos...🦋

## PUBLICIDAD DIGITAL

Por otro lado, para fomentar el crecimiento de nuestra empresa de ropa especializada para personas con problemas dermatológicos, hemos decidido implementar herramientas de publicidad digital en redes sociales, centradas específicamente en anuncios. Nuestro enfoque consiste en crear campañas que presenten la ropa en uso, preferentemente en modelos que presenten una variedad de tipos de piel, con el fin de generar una sensación de autenticidad y confianza entre nuestros consumidores.

Asimismo, planeamos incorporar infografías educativas que resalten los beneficios de nuestros materiales y cómo contribuyen a mejorar la salud de la piel. Dentro de nuestra estrategia de marketing digital, consideramos a YouTube como un canal clave para aumentar la visibilidad de nuestra marca, dado que nos permite alcanzar a un público amplio. En estos anuncios mostramos nuestra ropa en acción y explicamos brevemente de qué manera nuestros tejidos están diseñados para mejorar el confort en pieles sensibles.

Nuestro objetivo principal es que nuestro público objetivo conozca nuestra empresa y vea un espacio seguro en ella, además también buscamos sensibilizar al público sobre la importancia de abordar estos problemas, promoviendo a la vez una mayor aceptación y bienestar a través de nuestra línea de productos.

## MARKETING DE INFLUENCERS (Micro-influencers de salud):

Por último, colaboraremos con influencers que tengan piel atópica o experiencia en el cuidado de piel sensible, ya que su audiencia suele compartir las mismas necesidades que nuestro público objetivo enviándoles un kit de muestra con ropa. Además, trabajaremos con otros creadores de contenido que, aunque no tengan problemas de piel, hablarán de nuestra marca para aumentar la visibilidad y el reconocimiento. Estas colaboraciones se realizan principalmente en Instagram, TikTok y otras redes sociales, a través de publicaciones, vídeos e historias de Instagram.

### **3. Acciones de retención**

En Papallona ofrecemos un servicio al cliente excepcional, incluimos atención por correo electrónico y soporte telefónico para resolver cualquier duda o inquietud rápidamente y también ofrecemos atención directa en nuestra tienda.

También es importante para nosotras recompensar a los clientes habituales con descuentos, puntos o beneficios exclusivos, para fomentar la lealtad y el compromiso. Por ejemplo: los clientes que hayan llegado a cierto número de prendas compradas en nuestra

empresa, serán recompensados con packs de lo que ellos elijan (ropa interior, ropa casual, pijamas...).

Enviaremos correos electrónicos personalizados con ofertas adaptadas a sus necesidades o recomendaciones de productos específicos puede mejorar la experiencia de nuestros clientes, especialmente si utilizamos la información del cliente para personalizar la comunicación según sus intereses y necesidades de salud.

Por último, habrá un apartado en nuestra web donde pondremos links de asociaciones y campañas especializadas en cada tipo de enfermedad dermatológica, de esta forma les facilitamos la búsqueda de respuestas y creamos un espacio donde se sientan comprendidos y ayudados.

#### **4. Acciones de fidelización**

Desde Papallona consideramos que el contacto transparente y claro con el cliente es realmente necesario para generar un vínculo de confianza recíproco.

Es por ello que nuestra estrategia de atención al cliente está basada en responder todas las reseñas de manera profesional y amable, demostrando compromiso y cercanía. Como parte de esta estrategia, se envían regalos inesperados, descuentos especiales y mensajes de agradecimiento personalizados en cada paquete para sorprender al cliente y reforzar su fidelidad. Estas acciones buscan mejorar la experiencia del cliente, fortalecer la imagen de nuestra marca y fomentar relaciones duraderas.