

Relaciones con los clientes

El cliente podrá adquirir el producto tanto a través de la tienda online como en establecimientos físicos. En la página web, el proceso de compra será sencillo e intuitivo, permitiendo al usuario acceder a toda la información necesaria sobre la botella y sus funcionalidades. Por otro lado, en la tienda física, los vendedores desempeñarán un papel clave, ya que ofrecerán una experiencia de compra personalizada y de alto valor añadido. Estos profesionales estarán especialmente formados y contarán con un amplio conocimiento del producto, lo que les permitirá asesorar al cliente resolver dudas y explicar de manera detallada el funcionamiento y los beneficios de la botella inteligente.

Durante el. Proceso de compra, se informará claramente al cliente de que, para aprovechar al máximo las funcionalidades del producto, es necesario utilizar la aplicación móvil, la cual tiene un coste de 5,99 euros mensuales. Esta aplicación es un elemento fundamental del producto, ya que permite monitorizar el uso de la botella, realizar un seguimiento personalizado y ofrecer recomendaciones adaptadas a las necesidades del usuario. Sin la aplicación, la botella funcionaría como una botella convencional, perdiendo así su valor diferencial y sus ventajas tecnológicas.

Gracias a este modelo, la empresa consigue mantener una relación continua y duradera con el cliente. En lugar de basar la fidelización exclusivamente con la compra recurrente de nuevos productos, se establece un vínculo constante a través de la suscripción mensual a la aplicación. Esta suscripción transforma la botella en una herramienta indispensable para el control y mejora de la salud diaria del usuario, fomentando hábitos saludables y reforzando la percepción de valor del producto a largo plazo.