

## PASO 6: Relaciones con los clientes – SkyWayTravel

### ¿En qué consiste?

Las relaciones con los clientes describen cómo SkyWayTravel **atrae nuevos usuarios, mantiene su confianza y hace que regresen o incluso consuman más servicios**. No se trata solo de vender, sino de generar experiencias que lleven a los clientes a sentirse conectados con la app y con ganas de seguir usándola en futuros viajes.

### 1. Estrategias para atraer clientes

Para captar la atención de los usuarios planeamos:

- **Campañas en redes sociales:** publicaciones atractivas, historias y contenido con destinos populares o recomendaciones de viaje.
- **Promociones de lanzamiento:** descuentos o beneficios especiales por registrarse en la app durante los primeros meses.
- **Contenido útil:** guías de viaje, tips, itinerarios sugeridos y videos que inspiren a viajar.

Estos métodos ayudan a que personas interesadas en viajar conozcan SkyWayTravel y se animen a probarla.

*(Inspirado en prácticas comunes de marketing digital para apps turísticas.)*

### 2. Acciones para mantener a los clientes

Es importante que el cliente no solo descargue la app, sino que la siga usando. Para esto:

- **Programas de fidelización:** recompensas por reservas frecuentes (como puntos que se pueden canjear por descuentos o servicios).
- **Atención personalizada:** chat dentro de la app para resolver dudas o ayudar con reservas, lo que hace que el usuario se sienta acompañado.
- **Actualizaciones y ofertas exclusivas:** enviadas por correo o notificaciones, manteniendo a los usuarios informados y comprometidos.

Esto favorece que el cliente perciba valor más allá de una sola reserva.

### 3. Incentivar el crecimiento de la relación

Para que el cliente amplíe su consumo o pruebe otros servicios dentro de SkyWayTravel:

- **Paquetes combinados:** por ejemplo, vuelo + hotel + excursión a precio más atractivo.
- **Servicios complementarios:** alquiler de coche, seguros de viaje o experiencias locales directamente desde la app.
- **Actualización a versión premium:** con ventajas extras como atención prioritaria o ofertas exclusivas.

Esto permite que el cliente que ya ha tenido una buena experiencia decida probar más opciones con nosotros.

#### 4. Tipos de relación con el cliente

SkyWayTravel combina distintos tipos de relación:

- **Autoservicio:** el usuario puede explorar y reservar por sí mismo desde la app.
- **Servicios automatizados:** recomendaciones personalizadas o notificaciones inteligentes según sus preferencias.
- **Asistencia personal:** atención directa a través de chat o correo para resolver dudas o incidencias.

Esto se adapta a distintos perfiles: quienes prefieren autonomía y quienes valoran ayuda directa.

#### 5. Integración del cliente en el modelo de negocio

Los clientes no solo consumen servicios, sino que también colaboran con el crecimiento de la app:

- **Suscripción Premium:** si el usuario valora beneficios extra, puede suscribirse y formar parte de una comunidad fija de viajeros.
- **Opiniones y valoraciones:** los usuarios pueden dejar valoraciones que ayudan a mejorar el servicio y a otros viajeros a decidir.
- **Programas de referencia:** clientes que recomienden la app a amigos pueden recibir beneficios.

De esta manera, el cliente se integra activamente en el funcionamiento y expansión de SkyWayTravel.

#### 6. Justificación de las decisiones

Estas estrategias se eligen porque:

- Los viajeros suelen buscar **ofertas y recomendaciones antes de decidir** su viaje.
- Las **recompensas simples** como puntos o beneficios mantienen el interés del usuario.
- La atención rápida y personalizada crea confianza y reduce la frustración si algo no sale como se esperaba.
- La participación del cliente (opiniones, referencias) promueve comunidad y fidelización.

Tener estos mecanismos no solo genera ventas, sino que construye una relación duradera con los clientes.