

# PASO 6: Relaciones con los clientes

1°

## **Atraer nuevos clientes: ¿Qué estrategias se usarán para captar clientes?**

### **Atraer nuevos clientes**

Para captar nuevos clientes se usarán las siguientes estrategias:

Promoción en redes sociales mostrando fotos y videos del proceso y resultados de los mini huertos.

Venta en ferias ecológicas, colegios y mercados locales.

Ofertas de lanzamiento y descuentos para los primeros compradores.

Charlas o talleres cortos sobre reciclaje y cultivo en casa.

Recomendaciones de clientes satisfechos (boca a boca).

## **Mantener la relación: ¿Qué acciones asegurarán que los clientes sigan eligiendo nuestra propuesta?**

### **Mantener la relación con los clientes**

Para que los clientes sigan eligiendo nuestra propuesta se realizarán estas acciones:

Brindar asesoría básica sobre el cuidado del mini huerto.

Enviar consejos periódicos sobre riego, luz y mantenimiento.

Mantener comunicación por redes sociales o WhatsApp.

Ofrecer productos de buena calidad y diseños atractivos.

Responder rápido y de manera amable a dudas o reclamos.

## **Hacer crecer la relación: ¿Cómo se incentivará a los clientes a adquirir más productos o servicios?**

### **Hacer crecer la relación**

Para incentivar a los clientes a comprar más productos o servicios se hará lo siguiente:

Ofrecer nuevos modelos de mini huertos y diferentes tipos de plantas.

Crear kits complementarios (tierra, semillas, fertilizantes naturales).

Promociones especiales para clientes frecuentes.

Descuentos por compras múltiples o por recomendar a otros clientes.

Talleres avanzados o personalizados sobre huertos urbanos.

Existen diferentes tipos de relaciones con los clientes, como:

Asistencia personal: Atención directa y personalizada.

### **Asistencia personal**

Se brindará atención directa y personalizada, explicando al cliente cómo funciona el mini huerto, qué planta elegir según su espacio y cómo cuidarlo correctamente. También se resolverán dudas de manera presencial o por mensajes.

Autoservicio: El cliente se gestiona solo mediante herramientas ofrecidas.

### **Autoservicio**

Los clientes podrán acceder a guías impresas o digitales con instrucciones paso a paso para armar y mantener su mini huerto sin necesidad de asistencia constante.

**Servicios automatizados: Uso de tecnología para facilitar interacciones.**

### **Servicios automatizados**

Se utilizarán mensajes automáticos en redes sociales o WhatsApp con consejos de cuidado, recordatorios de riego y respuestas a preguntas frecuentes.

**Comunidades: Espacios donde los clientes pueden compartir experiencias.**

### **Comunidades**

Se crearán grupos en redes sociales donde los clientes puedan compartir fotos de sus huertos, intercambiar consejos y contar sus experiencias.

**Co-creación: Involucrar a los clientes en el diseño de productos o servicios.**

### **Co-creación**

Se invita a los clientes a proponer nuevos diseños de botellas, tipos de plantas o mejoras en los mini huertos, tomando en cuenta sus ideas para futuros productos.

**2º**

## **1. Definir estrategias para atraer clientes**

**Determinad cómo dar a conocer su propuesta de valor.**

**Ejemplos: campañas publicitarias, eventos, promociones.**

Definir estrategias para atraer clientes

Para dar a conocer nuestra propuesta de valor (mini huertos ecológicos, reciclables y fáciles de usar) se aplicarán las siguientes estrategias:

Campañas en redes sociales mostrando el armado y crecimiento de los huertos.

Participación en ferias ecológicas, escolares o comunitarias.

Promociones de lanzamiento y descuentos por primera compra.

Talleres demostrativos sobre reciclaje y cultivo en casa.

## **2. Planificar acciones para mantener clientes**

**Diseñad estrategias de fidelización, como descuentos exclusivos, servicios postventa o programas de puntos.**

Planificar acciones para mantener clientes

Para fidelizar a los clientes y lograr que continúen eligiendo el proyecto se implementarán:

Descuentos exclusivos para clientes frecuentes.

Servicio postventa con asesoría sobre el cuidado del mini huerto.

Entrega de guías prácticas impresas o digitales.

Promociones especiales en fechas ambientales o escolares.

## **3. Incentivar el crecimiento de la relación**

**Ofreced complementos o actualizaciones que amplíen las compras iniciales.**

Incentivar el crecimiento de la relación

Para que los clientes amplíen sus compras iniciales se ofrecerán:

Kits complementarios (semillas, tierra, fertilizantes naturales).

Nuevos modelos de mini huertos y variedades de plantas.

Descuentos por compras múltiples o por recomendar el proyecto.

Talleres avanzados sobre huertos urbanos.

#### **4. Seleccionar el tipo de relación adecuado**

**Pensad en el tipo de interacción que mejor se adapta a su cliente y propuesta.**

**Combinad relaciones automatizadas con servicios personalizados, si aplica.**

Seleccionar el tipo de relación adecuado

El proyecto combinará distintos tipos de relación:

Asistencia personal: atención directa para resolver dudas y orientar al cliente.

Servicios automatizados: mensajes con consejos de riego y cuidado.

Comunidades: grupos en redes sociales para compartir experiencias.

Esta combinación permite un trato cercano sin dejar de aprovechar la tecnología.

#### **5. Describir la integración del cliente en el modelo de negocio**

**Estableced mecanismos para que los clientes participen activamente, como**

**suscripciones, asociaciones o co-creación de productos.**

Integración del cliente en el modelo de negocio

Los clientes participarán activamente mediante:

Co-creación de productos, aportando ideas de diseño y tipos de plantas.

Participación en comunidades digitales.

Suscripciones para recibir semillas o insumos periódicamente.

Encuestas para mejorar el producto según sus necesidades.

## **6. Justificar las decisiones**

**Explicad por qué elegisteis cada estrategia y cómo se relaciona con las necesidades del cliente.**

Justificación de las decisiones

Estas estrategias fueron elegidas porque:

El público busca productos ecológicos, económicos y fáciles de usar.

La atención personalizada genera confianza y fidelidad.

Los servicios automatizados facilitan el cuidado del huerto.

La participación activa del cliente fortalece la relación y mejora el producto.

Las promociones y complementos incentivan nuevas compras de forma natural.