

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

Diseñar 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

Ofrecer 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.