

# Relación con los clientes

## Atención prioritaria y compromiso social

La empresa da atención prioritaria a las personas y familias que han perdido su coche a causa de la DANA, ya que el proyecto tiene un fuerte componente social y solidario. Como medida de apoyo, estos clientes reciben un descuento del 5 % en su primera compra de una bicicleta, facilitando el acceso a una alternativa de movilidad sostenible tras la catástrofe.

## Atención al cliente y resolución de incidencias

En caso de que surja cualquier problema o duda, los clientes pueden ponerse en contacto con la empresa a través de un número de teléfono, disponible tanto en la página web como en las redes sociales oficiales. Este canal permite una comunicación directa, rápida y eficaz con el equipo de atención al cliente.

La atención no se presta de forma ininterrumpida, sino dentro de un horario comercial, de 9:00 a 18:00, lo que garantiza una gestión organizada y una atención de calidad. Durante este horario, el personal especializado se encarga de resolver incidencias, gestionar consultas, tramitar garantías y ofrecer asesoramiento sobre el uso y mantenimiento de las bicicletas.

## Relación directa y personalizada con el cliente

La empresa basa su modelo de negocio en una relación directa y personalizada con los clientes, evitando intermediarios y fomentando un trato cercano. Este enfoque permite conocer mejor las necesidades de cada usuario y ofrecer soluciones adaptadas a su situación, reforzando la confianza y la satisfacción del cliente.

La comunicación continua con el cliente no finaliza en el momento de la compra, sino que se mantiene a lo largo del tiempo mediante seguimiento, recomendaciones de mantenimiento y atención postventa. De este modo, se crea una relación duradera que favorece la fidelización y la buena imagen de la empresa.

## Integración de la relación con el cliente en el modelo de negocio

La relación con el cliente se integra en el modelo de negocio a través de un servicio postventa activo, que incluye mantenimiento, reparaciones y asesoramiento técnico. Esta estrategia

permite generar valor añadido, diferenciarse de la competencia y asegurar una experiencia positiva para el consumidor.

Además, el contacto directo con los clientes facilita la recogida de opiniones y sugerencias, que se utilizan para mejorar continuamente los productos y servicios ofrecidos. Así, el cliente pasa a formar parte activa del proyecto, contribuyendo a su mejora y consolidación.