

RELACIÓN CON LOS CLIENTES VERDE PASO



La relación con los clientes en Verde Paso se basa en la confianza, la transparencia y el compromiso emocional, creando un vínculo que va más allá de la compra puntual. No buscamos solo vender espardeñas, sino construir una comunidad de personas concienciadas con la sostenibilidad, la economía circular y el consumo responsable.

Nuestra estrategia de relación con los clientes se estructura en tres fases clave como son la atracción, fidelización y el crecimiento del cliente.

La atracción de nuevos clientes se realiza principalmente a través de una estrategia de comunicación basada en la historia y el impacto real del producto. Verde Paso capta la atención de consumidores conscientes mostrando de forma clara y honesta cómo se fabrican las espardeñas y que problema medioambiental ayudan a resolver.

Nuestras principales acciones de atracción son:

- Uso activo de redes sociales como Instagram y Tik Tok, donde se muestra el proceso artesanal, el original de los materiales y el estilo de vida sostenible que representa la marca.
- Colaboraciones con influencers alineados con la sostenibilidad, la moda slow y el producto local, que aportan credibilidad y gran cantidad de visibilidad. Verde Paso contrata a influencers como Aitana Soriano, valenciana dedicada a las RRSS en el apartado de lifestyle y la moda. Otra persona con la que podríamos contar sería con Violeta Mangriñan, valenciana apasionada de la moda además de ser empresaria y estar en los picos altos de las RRSS, sería buena candidata también para dar visibilidad al calzado de Verde Paso infantil ya que tiene dos hijas y Verde Paso también cuenta con el apartado de calzado infantil. En el apartado de calzado de hombre podemos contar con el influencer Dani Illescas con el que la moda tiene otro color debido a que además de ser influencer de moda es de viajes y las campañas publicitarias las adapta al país que está visitando en ese momento.

- Presencia en ferias artesanales y mercados ecológicos, donde el cliente puede ver, tocar y conocer el producto de primera mano.
- Contenido educativo (posts, vídeos, QR en la suela) que informa sobre la reutilización de residuos y el impacto positivo de cada compra.

De este modo Verde Paso atrae clientes que se identifican con los valores de la marca y no solo con el producto.

La fidelización se basa en crear una experiencia de compra cercana y significativa, haciendo que el cliente se sienta parte del proyecto.

Para mantener a los clientes fidelizados Verde Paso:

- Ofrecemos total transparencia, explicando el origen de los materiales y el proceso de producción.
- Creamos una comunicación directa y constante, a través de redes sociales y email marketing, compartiendo novedades, historias reales y avances del proyecto.
- Implementamos recompensas para clientes recurrentes, como descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevas colecciones o ediciones limitadas.
- Apostamos por un producto de alta calidad, cómodo y duradero, que refuerza la confianza y la repetición de compra.

Gracias a esta relación cercana, el cliente no solo vuelve a comprar, sino que desarrolla un vínculo emocional con la marca.

Verde Paso gestiona la relación con sus clientes de forma coherente con sus valores: sostenibilidad real, cercanía y transparencia. Atraemos clientes mediante una comunicación auténtica, los mantenemos ofreciendo confianza y calidad, y los hacemos crecer convirtiéndolos en parte activa del proyecto.

