

PUNTO 6 – RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Tipos de relación con los clientes

Respecto a la asistencia personal, ofreceremos atención directa y personalizada a través del correo electrónico, web y redes sociales.

El equipo de atención al cliente ayudará a resolver dudas sobre el uso del cepillo LEDent, la instalación de accesorios, el funcionamiento de la luz UV o la compra de repuestos.

Asistencia personal dedicada

Para clientes que necesiten una ayuda especializada contaremos con profesionales formados en higiene bucodental y en el funcionamiento del dispositivo, como los propios odontólogos de las clínicas dentales con las que colaboramos o profesional de la salud que acuda a los talleres. Este servicio permitirá ofrecer asesoramiento técnico avanzado, demostraciones del producto, recomendaciones de uso para grupos educativos

Autoservicio

La web de LEDent incluirá un área de autoservicio donde los usuarios podrán: gestionar pedidos o devoluciones, consultar sus compras previas, consultar preguntas frecuentes que hayan hecho otros usuarios, consultar garantías, acceder a videos explicativos sobre el uso del cepillo y la detección de placa.

Fidelización de clientes

- Descuentos y promociones como tarifas reducidas para familias con más de un cepillo, descuentos para colegios o clínicas que implementen múltiples unidades de LEDent, promociones especiales, promociones durante lanzamientos de nuevos modelos o accesorios (20%), promociones en las clínicas que son nuestras socias tras haberte realizado una limpieza 10% de descuento y promoción tras acudir a uno de los talleres de educación oral del
- Comunicación continua: mediante redes sociales y correo a nuestros clientes, enviaremos: Consejos de higiene bucal por edad, actualizaciones del producto o nuevas canciones en la app, promociones exclusivas para suscriptores, resultados de proyectos escolares o colaboraciones, recordatorios de cambio de cabezal o encuestas de satisfacción



Co-creación y participación del cliente junto con feedback

Tras cada compra enviaremos encuestas breves por correo electrónico y ofreceremos cuestionarios dentro de la app o web para conocer la experiencia de compra. Posteriormente a esta compra aproximadamente en tres meses enviaremos otra encuesta por correo electrónico donde recordaremos el cambio de cabezal dejando la oportunidad de comprarlo en nuestra web y recogeremos opiniones e ideas, o propuestas de mejora en las encuestas breves por correo electrónico y cuestionarios dentro de la web. Además, a través de las redes sociales podrán dejar comentarios u

opiniones. Con todo esto, al final de cada año, comprobaremos cuales son las propuestas de cambio que más se han repetido para analizarlas y realizar si es factible

Finalmente, se harán reuniones con las clínicas con las que colaboramos para que nos den una opinión especialista sobre el producto y analizarla posteriormente.

Personalización de servicios:

Adaptaremos la información, comunicación y recomendaciones a cada cliente según su perfil (edad, tipo de usuario y canal de compra). Las familias recibirán consejos y recordatorios lúdicos, mientras que clínicas y profesionales obtendrán información técnica y educativa. El historial de compra y la interacción en la web y correo electrónico permitirán enviar promociones y recordatorios personalizados. La atención al cliente se ajustará al nivel de conocimiento del usuario, y el feedback continuo servirá para mejorar la experiencia y los contenidos de manera individualizada.