

## 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.