

6. Relación con los clientes

6.1. Tipos de relación con los clientes

MicroSmile establece una relación híbrida que combina el trato humano directo con la eficiencia del autoservicio digital, adaptada a la naturaleza de la recurrencia y la inclusión.

- **Asistencia personal:** El contacto directo con los clientes se ofrecerá a través de una dirección de correo electrónico (cliente@microsmile.com) y un número de teléfono (+34 652 46 64 46). Este canal está diseñado para resolver dudas rápidas, gestionar incidencias y proporcionar orientación básica sobre el uso de los productos y la membresía.
- **Asistencia personalizada:** Se personalizará el servicio para aquellos clientes que necesiten una atención más detallada o con alto valor de prescripción. Los profesionales capacitados para atender estas necesidades son las clínicas dentales y odontólogos a las que acuden los pacientes. MicroSmile les brindará soporte técnico, formación especializada y material clínico para que actúen como la extensión de nuestro servicio dedicado.
- **Servicios automatizados:** Los clientes podrán acceder a servicios automatizados que son cruciales para el modelo de suscripción. Estos sistemas permiten realizar gestiones de forma rápida y sencilla, como recordatorios de facturación de la membresía, la actualización automática de datos de pago y el seguimiento en tiempo real del estado de sus pedidos de consumibles.

6.2. Fidelización de los clientes

La lealtad se fomentará mediante programas de recompensa que refuerzen la repetición de compra del consumible y premien la permanencia en el servicio.

- **Descuentos y promociones:** Se ofrecerán descuentos y promociones exclusivos a los clientes que mantengan activa su membresía. Esto incluirá personalizaciones (como cabezales de colores o estuches) con precios reducidos y promociones especiales vinculadas al tiempo de fidelidad, volumen de compra de consumibles o fechas especiales como cumpleaños.
- **Bonos o recompensas:** Se implementará el programa "Puntos Smile Circular" para recompensar la lealtad y la participación en el modelo de Economía Circular. Los clientes acumularán puntos con cada compra de consumibles, duplicando la bonificación al utilizar el servicio de Logística Inversa para el reciclaje de sus dispositivos antiguos. Estos puntos se podrán canjear por productos o servicios gratuitos de alto valor, tales como meses de suscripción gratuita al Enjuague Activo, recambios de cabezales especializados (p. ej., para ortodoncia), o acceso prioritario a sesiones de asesoría odontológica virtual.

6.3. Co-creación y participación del cliente

La implicación activa de los clientes es clave para mantener la propuesta de valor inclusiva y sostenible de MicroSmile, utilizando sus aportaciones como motor de innovación y desarrollo.

- **Co-creación de contenido:** Se involucrará a los clientes permitiéndoles contribuir con ideas y recursos. Habrá un apartado en la página web para ofrecer opiniones y llenar encuestas sobre su satisfacción. Además, los clientes podrán contactar directamente mediante un correo electrónico o un número de WhatsApp para enviar ideas o proyectos que puedan ser utilizados por la empresa o por otros clientes (como guías de uso adaptadas).
- **Comunidades:** Se crearán plataformas online y sitios web (como grupos de redes sociales o foros especializados) para fomentar la interacción entre los clientes. Estas comunidades estarán especializadas en el intercambio de opiniones sobre el producto, la membresía y su experiencia usándolo, permitiendo a MicroSmile captar tendencias y necesidades de forma directa.
- **Recogida de feedback:** Se utilizarán las sugerencias y opiniones de los clientes para mejorar continuamente los productos y servicios. Se leerán las opiniones y objeciones de cada persona, se les responderá de forma personalizada, y se replanteará la implementación de las mejoras propuestas según la demanda y viabilidad, asegurando que el cliente se sienta escuchado y valorado.

6.4. Atención a diferentes necesidades

La atención se personalizará para asegurar que cada segmento de clientes reciba el soporte adecuado a su necesidad específica.

- **Personalización de servicios:** La atención se adaptará a las necesidades de cada grupo. Los Docentes y Familias recibirán atención personalizada y formación específica sobre el uso de los Kits Educativos. A los Clientes Senior se les ofrecerá el servicio de asistencia telefónica dedicada para la configuración y soporte en el uso del dispositivo. Finalmente, los Usuarios de Ortodoncia dispondrán de ofertas exclusivas y atención centrada en los cabezales específicos para sus aparatos.
- **Monitores y supervisores:** En MicroSmile, la función de guía y seguridad se delega en los Odontólogos Prescriptores. Para proyectos relacionados con la educación infantil o el cuidado de personas con necesidades especiales, MicroSmile ofrecerá *webinars* y material educativo a estos profesionales para que actúen como la máxima autoridad supervisora y de apoyo a las familias y pacientes, proporcionando seguridad y orientación especializada.

6.5. Feedback y mejora continua

Se implementan mecanismos formales y continuos para la captación, procesamiento y uso de la opinión del cliente, lo que garantiza la evolución constante de la oferta de MicroSmile.

- **Encuestas de satisfacción:** Se realizarán encuestas periódicas de satisfacción para evaluar la experiencia de los clientes y obtener ideas claras sobre posibles mejoras. Además, se enviarán encuestas específicas tras el primer uso o después de un año de suscripción para evaluar la experiencia y la durabilidad del dispositivo, información clave para el modelo Circular.
- **Reseñas y valoraciones:** Se permitirá a los clientes dejar reseñas detalladas en la página web y en las redes sociales, valorando los productos y servicios utilizados. Estas reseñas y valoraciones

se utilizarán no solo para mejorar la experiencia, sino también como prueba social de la eficacia y calidad de MicroSmile en todas las campañas de marketing.

- **Comunicación abierta:** Se mantendrán abiertos canales de comunicación directa, como el correo electrónico y un servicio de chat en la página web. Esto permitirá recibir y responder rápidamente a las inquietudes o sugerencias de los clientes, asegurando una comunicación fluida y un ciclo de mejora ininterrumpido.