

## **RELACIONES CON CLIENTES**

**Nuestra relación con los clientes pueden ser:**

- **Digitalmente a través de la app:** interacción constante y sencilla.
- **Notificaciones personalizadas:** avisos de actividades y recompensas.
- **Participación física:** asistencia a charlas y eventos presenciales.

Para nosotros tener una buena comunicación con el cliente es algo esencial, ya que genera mucha más confianza tanto en nosotros como en la empresa. Por eso hemos realizado una encuesta previa para ir validando nuestra idea de negocio.

**Encuesta:** [ECO A](#)

También en nuestro Blogger Fest hemos podido validar un poco mejor la idea con nuestro stand y actividad.



Para nuestra idea de negocio creemos que debemos utilizar muy bien las herramientas de marketing para llegar a las personas interesadas en nuestro propósito, es decir, personas a las que les importe la sostenibilidad y el medioambiente. También necesitamos publicitarnos para llegar a la mayor cantidad de personas posibles e intentar concienciarles sobre la importancia de nuestro objetivo y así conseguir nuevos clientes, lo que provocará un gran beneficio para nuestra empresa y también para nuestro planeta.

Para llegar a todo tipo de personas vamos a utilizar tanto marketing de forma tradicional y de forma digital.

Tenemos nuestra página web en la cual damos información sobre nuestra empresa y actualizamos con nuevos posts semanalmente.

### PÁGINA WEB

A continuación incluimos el calendario de publicaciones que seguiremos el próximo mes:

#### FEBRERO 2026


LUNES	MARTES	MIER	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMING
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

También hemos creado algunos flyers para promocionar nuestra empresa sin necesidad de usar el internet, aquí hablamos del uso del marketing tradicional.

### **Flyers:**



Además hemos hecho un ejemplo del perfil “ideal” para nuestra idea de negocio.

BUYER PERSONA	
Nombre: _____	Desea sentir que su esfuerzo contribuye con algo grande como el cambio climático. Busca información sobre cómo ser más sostenible y obtener socialmente reconocimiento.
	Deseos/Necesidades
	Frustrada por el <i>greenwashing</i> de las grandes empresas. No le gusta sentirse sola, le gusta la comunidad. Se frustra por los precios altos de productos ECO. Cree que la información medioambiental se da públicamente demasiado alarmista.
Insertar la imagen de nuestro cliente	Obstáculos/Frustraciones
22-28 años / femenino / Estudios universitarios / Trabajadora agencia marketing digital / Ingresos medios-bajos	Su meta principal es reducir la huella de carbono personal. Y su gran motivación es ser reconocida por sus contribuciones y valores.
Edad/Sexo/Estudios/Profesión/Nivel de ingresos	Metas/Motivaciones/Objetivos
Estilo de vida consciente y digital. Con redes sociales, interesada en sostenibilidad. Le gusta asistir a eventos y ferias ECO. Ocio dedicado en naturaleza.	Resuelve el problema de la falta de motivación individualmente en la sostenibilidad. También hace que las acciones ecológicas como ir a charlas o reciclar, dejen de ser una obligación solitaria y se conviertan en una actividad social recompensada por puntos.
Estilo de vida/Aficiones/Ocio/Tiempo libre	¿Qué problema resuelve nuestro producto o servicio?

oo

Y este es nuestro mapa de empatía respecto a nuestro cliente ideal:

## ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

- **Miedo** de sentir que puede invertir tiempo y dinero en esto que puede que no sea ecológico.
- **Preocupación** por no poder cambiar nada.
- **Valor** es decir la coherencia entre sus valores y su estilo de vida.

## ¿QUÉ ESCUCHA?

- Expertos y documentales que el tiempo se acaba y que la responsabilidad recae en el individuo.
- A sus compañeros de trabajo quejarse de lo que es ser sostenible en la vida diaria.
- A sus amigos hablar de aplicaciones y del sentido de logro que proporcionan.

## ¿QUÉ VE?

- Redes sociales a influencers de sostenibilidad con vidas aparentemente perfectas.
- Mucha publicidad de empresas grandes que se promocionan como "verdes".
- Una ciudad con puntos de reciclaje confusos y una falta de opciones de transporte sostenible eficientes.



## ¿QUÉ DICE Y HACE?

- A sus amigos que el reciclaje es importante y que deberían llevar su propia taza de café y compartir contenido en redes sobre activismo climático.
- Lleva bolsas reutilizables, asiste a eventos de relacionados con la sostenibilidad...
- Se inscribe en actividades sostenibles.

## DEBILIDADES/ FRUSTRACIONES

1. Desmotivación
2. Inseguridad
3. Gasto de tiempo/dinero

## FORTALEZAS/ LOGROS

1. Reconocimiento.
2. **Sentido de Impacto:** Ver pruebas claras y medible
3. **Pertenencia:** Conocer a otras personas con sus mismos valores