

5. CANALES Y COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

La clínica se apoya en varios canales para comunicarse y relacionarse con sus clientes. Utiliza principalmente las redes sociales y la página web para informar sobre tratamientos, promociones y novedades, además de enviar recordatorios y ofertas a través del correo electrónico. La atención al cliente se realiza de forma personalizada mediante teléfono, correo, WhatsApp Business y redes sociales, facilitando la resolución de dudas y la gestión de citas.



Los servicios se prestan de manera presencial en la clínica, complementándose con la **venta online** de algunos productos a través de la web. La clínica física es el principal canal de venta, apoyada **por la página web y una aplicación móvil**. Para mejorar continuamente, se recoge la opinión de los clientes mediante encuestas, reseñas online y formularios. La promoción se centra en publicidad en redes sociales, colaboraciones locales y participación en eventos relacionados con la salud y la estética dental.

Asimismo, se desarrollan colaboraciones con **influencers locales**, con el fin de impulsar la visibilidad de la marca y reforzar la confianza del público en los tratamientos ofrecidos. Esta estrategia se complementa con la **participación en eventos y patrocinios**, como ferias de salud, belleza y bienestar dental, que permiten aumentar la presencia de la clínica y fortalecer su posicionamiento.