

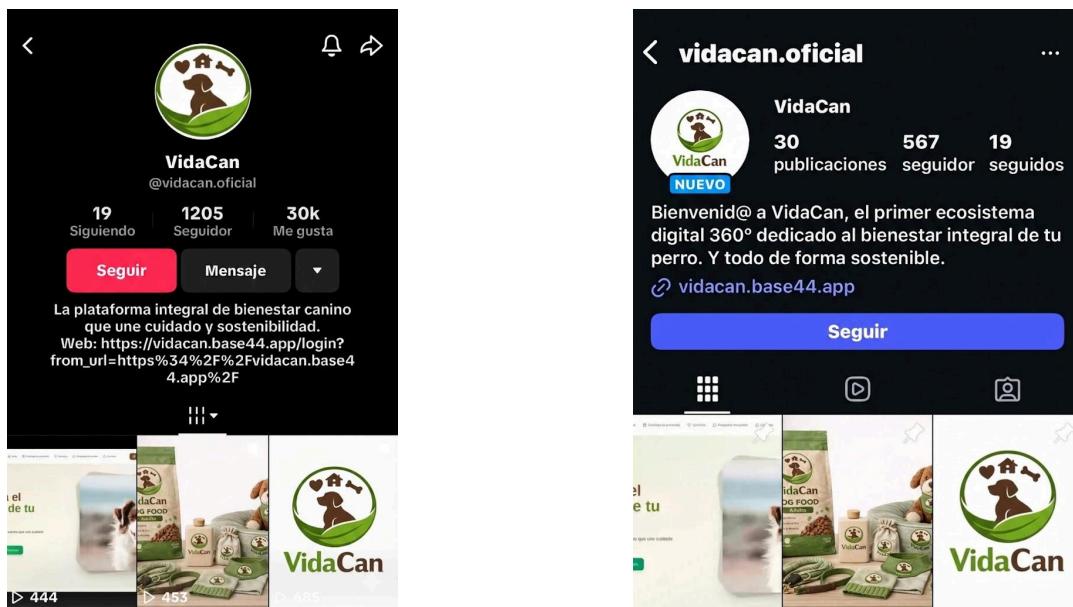
RELACIÓN CON CLIENTES

En **VidaCan**, con el objetivo de brindar la mejor experiencia, hemos optado por combinar un servicio automatizado y una atención personalizada. Por una parte, nuestra página web y app cuentan con un sistema automatizado para que informarse sobre nuestra oferta de productos y servicios al igual que su compra sea fácil y rápido. Por otro lado, nos preocupamos por conocer a nuestro cliente, escuchando sus preferencias y necesidades, creando un vínculo cercano.

¿Cómo atraemos nuevos clientes?

Buscamos dar a conocer una nueva perspectiva sobre el cuidado canino, un mundo en constante crecimiento. Para ello, vamos a publicitarnos en Instagram, Facebook y Tik Tok subiendo de forma constante contenido sobre nuestros productos y sus materiales sostenibles. Planteamos los diversos problemas y necesidades existentes y después ofrecemos nuestro producto como solución ética con el planeta. Todo esto mediante imágenes, música y frases que causan emociones en el espectador.

En estas plataformas hacemos colaboraciones estratégicas con personajes públicos muy conocidos en las redes que se centran en el cuidado canino y que comparten nuestros valores.



Por otra parte, no hay que olvidar la recomendación de nuestros colaboradores, los cuales se llevan comisión. En sus escaparates tenemos códigos Qr publicitándonos a través de los que los nuevos clientes obtendrán descuentos en sus primeras compras.

¿Cómo los mantenemos?

La fidelización de nuestros clientes es uno de los pilares fundamentales de **VidaCan**. Para mantenerlos, apostamos por una relación a largo plazo basada en la confianza, la calidad y el sentimiento de pertenencia. El cliente ya ha dado un primer paso al confiar en nosotros hacia el cuidado ético de su compañero, ahora nosotros nos comprometemos a acompañarlos en todo el proceso que eso conlleva.

A través de nuestra atención personalizada, realizamos un seguimiento postventa activo para conocer su nivel de satisfacción y resolver cualquier duda o necesidad que pueda surgir a través de encuestas y canales de comunicación abiertos para escuchar sugerencias y mejorar continuamente. También implementamos programas de fidelización que recompensan la recurrencia mediante descuentos, puntos acumulables y acceso anticipado a lanzamientos.

Por supuesto, mantenemos a nuestros clientes al día, no solo a través de redes sociales sino también mediante boletines informativos enviados por correo electrónico o Whatsapp notificando sobre nuevos lanzamientos de productos, servicios, colaboraciones o simplemente recomendaciones y *tips* periódicamente.

¡Pero no nos quedamos aquí! Más adelante crearemos una **comunidad VidaCan**, un espacio donde nuestros clientes pueden compartir sus experiencias, consejos, historias y fotografías de sus perros utilizando nuestros productos. Esta comunidad se desarrollará principalmente a través de redes sociales, la app y *newsletters*, fomentando la interacción entre usuarios y reforzando el vínculo emocional con la marca. La comunidad también interactuará a través de la app en un nuevo servicio de mapa que informará sobre lugares *pet friendly*, parques caninos, veterinarios, protectoras, guarderías de perros, etc. De este modo, el cliente no solo compra un producto, sino que se siente parte de un proyecto con valores compartidos.

¿Cómo hacemos crecer a los clientes y nuestra relación?

Hacemos crecer a nuestros clientes acompañándolos en todas las etapas del cuidado de sus perros, adaptándonos a sus necesidades cambiantes. Gracias a la información recogida de manera ética y transparente, ofrecemos recomendaciones personalizadas y productos complementarios que aportan un valor real, fomentando el cross-selling y up-selling de forma responsable.

Asimismo, impulsamos el crecimiento mediante contenido educativo sobre bienestar canino, sostenibilidad y hábitos responsables, ayudando al cliente a tomar mejores decisiones y a confiar cada vez más en la marca. Organizamos campañas especiales, retos, eventos y colaboraciones solidarias que refuerzan su implicación y aumentan su relación con VidaCan.

De esta forma, conseguimos que nuestros clientes no solo incrementen su consumo, sino que se conviertan en embajadores de la marca, recomendándola de manera natural y contribuyendo activamente a su crecimiento.

Monetización de la relación con clientes

El *feedback* es nuestra mayor inversión. En primer lugar, escuchar a los clientes nos permite crear venta cruzada basada en datos y packs personalizados, dependiendo de las características fisiológicas del perro o de las preferencias del dueño. De esta manera aumenta el ticket medio y simplifica la decisión de compra del cliente.

En segundo lugar, nuestros programas de suscripción no solo ofrece servicios exclusivos sino que acomoda al cliente facilitándole la compra de productos de uso recurrente (higiene,piensos, snacks naturales, accesorios renovables) para que comprar con nosotros sea casi un hábito. Esto supone un importante ingreso.

Por último, mediante el programa de referidos atraemos nuevos clientes y convertimos a los actuales en embajadores a cambio de recompensas por recomendar la marca (pequeños descuentos, etc). La consecuencia es un aumento de ventas a un bajo coste de adquisición.