

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La empresa establece una relación con sus clientes basada principalmente en el uso de **servicios digitales**, combinando la automatización con una atención personalizada cuando sea necesaria. El objetivo es **atraer nuevos usuarios, fidelizarlos y hacer que utilicen la aplicación de forma recurrente**.

Atracción de clientes

La captación de nuevos clientes se realizará a través de redes sociales, publicidad digital y recomendaciones entre usuarios. La aplicación ofrecerá planes atractivos y ofertas de última hora adaptadas a los intereses del usuario, lo que favorece la descarga y el primer uso del servicio.

Tipos de relación con los clientes

Servicio automatizado

La relación principal con el cliente será mediante un **servicio automatizado** a través de la aplicación móvil. La inteligencia artificial propone planes personalizados en función de los gustos, la ubicación y la disponibilidad del usuario, sin necesidad de contacto directo con la empresa.

Autoservicio

El usuario gestiona de forma autónoma su experiencia: selecciona intereses, consulta planes, realiza reservas y pagos directamente desde la app.

Asistencia personal

En caso de dudas, incidencias o problemas con una reserva, la empresa ofrecerá **atención al cliente** a través de chat, correo electrónico o redes sociales.

Comunidades

Se fomentará la creación de una comunidad de usuarios mediante redes sociales y funcionalidades dentro de la app, donde los clientes puedan compartir experiencias, valorar planes y recomendar actividades.

Co-creación

Los usuarios podrán valorar los planes realizados y proponer nuevas ideas o mejoras, lo que permitirá adaptar el servicio a sus necesidades reales.

Fidelización y crecimiento del cliente

Para mantener a los clientes vinculados a la empresa, se implementarán **notificaciones personalizadas**, recomendaciones basadas en el historial de uso y promociones exclusivas.

Además, se plantea la posibilidad de crear **suscripciones** que ofrezcan ventajas como acceso anticipado a ofertas, descuentos adicionales o planes personalizados premium.

Conclusión

La relación con los clientes se basa en la automatización, la personalización y la participación activa del usuario, permitiendo crear una experiencia sencilla, cercana y adaptada a sus necesidades, favoreciendo la fidelización y el crecimiento del proyecto.