



RELACIONES CON LOS CLIENTES

REALIZADO POR:

Once Upon a Trip

FECHA:

14/01/26



ÍNDICE

1.CLIENTE ARQUETIPO, NECESIDADES Y BARRERAS	03
2.PROMOCIONES	03
3.CANALES DE COMUNICACIÓN	03



La relación con los clientes es un aspecto clave para el buen funcionamiento de la agencia de viajes. Conocer al cliente arquetipo, sus necesidades, intereses y posibles barreras permite adaptar la comunicación y los servicios ofrecidos. En este apartado se explica cómo la agencia se comunicará con los clientes y qué canales se utilizarán para mantener un contacto cercano, accesible y eficaz.

1. CLIENTE ARQUETIPO, NECESIDADES Y BARRERAS.

Para llegar de forma efectiva a Sara, una mujer de 34 años curiosa, aventurera y amante de las experiencias nuevas e inmersivas, el negocio utilizará **canales de comunicación relacionados con sus intereses por los viajes y las vivencias únicas**. Se priorizarán **plataformas digitales** que permitan inspirar, contar historias y generar confianza, destacando el valor añadido de las experiencias que ofrece nuestra agencia, frente a la forma de viajar tradicional. A través de contenidos emocionales, visuales y narrativos, se llegará a su deseo de escapar de la rutina y sentirse parte del destino, apoyándose además en colaboraciones con **influencers y personas reales que transmitan credibilidad y muestren la experiencia vivida**.

2. PROMOCIONES

Se realizarán **promociones especiales**, como las de la semana de lanzamiento de un nuevo viaje, temática o colección, ofreciendo precios más bajos en viajes que estén en fase inicial. Además, se crearán **promociones de fidelización**, como packs sorpresa que solo se desbloquean una vez se completa la colección de libros.

3. CANALES DE COMUNICACIÓN

Los canales de comunicación con el cliente potencial están pensados para que el **contacto sea fácil, cercano y comprensible**.

Por un lado, la agencia ofrecerá **atención personal y telefónica** en su horario habitual, **de 09:00 a 20:00**, para poder resolver dudas, asesorar a los clientes y transmitir confianza desde el primer momento. También, se contará con una **página web** y con **blogs temáticos**, que actualmente están en proceso de creación, donde se explicarán las experiencias de viaje y se mostrarán de forma sencilla y atractiva.



Además, las **redes sociales** serán un canal muy importante, ya que permitirán dar a conocer el equipo que hay detrás de cada viaje, enseñar los destinos, las vivencias y las emociones de cada viaje, ayudando así a despertar la curiosidad del público. Además, en redes sociales como Instagram se realizarán algunos **sorteos y sorpresas puntuales**, con el objetivo de atraer a nuevos seguidores, aumentar la visibilidad de la marca y generar mayor interés por las experiencias de viaje.



Imagen 1. RRSS.

Fuente: Instagram de la agencia.



Aún no hay videos
Los videos publicados por onceuponatrip._ se
mostrarán aquí

Imagen 2. RRSS.

Fuente: TikTok de la agencia.

WhatsApp Business será el canal para ofrecer una respuesta más rápida y personalizada, principalmente durante los viajes. La agencia contará con un teléfono de oficina con WhatsApp, para que los clientes puedan contactar de forma sencilla y directa, evitando que se sientan incomunicados. El horario de atención será el mismo que el de las llamadas telefónicas, coincidiendo con el **horario de oficina de 09:00 a 20:00**.



El **correo electrónico** también será un canal importante de comunicación a través de **newsletters** enviadas desde onceuponatrip4@gmail.com. De esta forma, se mantendrá un contacto constante con los clientes para que estén siempre informados y la marca permanezca presente en su mente. Al inicio, los envíos se realizarán con bastante frecuencia y se utilizarán para comunicar novedades y descuentos.



Imagen 3. Newsletter.
Fuente: Elaboración propia.



Imagen 4. Newsletter.
Fuente: Elaboración propia.

También se habilitarán **canales de propuestas**, como un **buzón de ideas**, para que los clientes puedan aportar críticas constructivas o sugerir mejoras de forma anónima, una vez se disponga de una oficina física. Mientras tanto, la agencia estará atenta a las **reseñas y comentarios** que los clientes dejan **en la página web**, utilizándolos como una fuente de mejora continua.



En conclusión, la relación con los clientes se basa en una comunicación clara, cercana y adaptada a sus intereses. A través de diferentes canales de contacto, promociones especiales y de fidelización, la agencia busca generar confianza y mantener una relación continua con los clientes. De esta manera, se pretende no solo atraer nuevos viajeros, sino también fomentar la fidelidad y mejorar la experiencia del cliente.



Imagen 5. Esquema de relaciones con los clientes.

Fuente: Imagen libre.