



# 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.

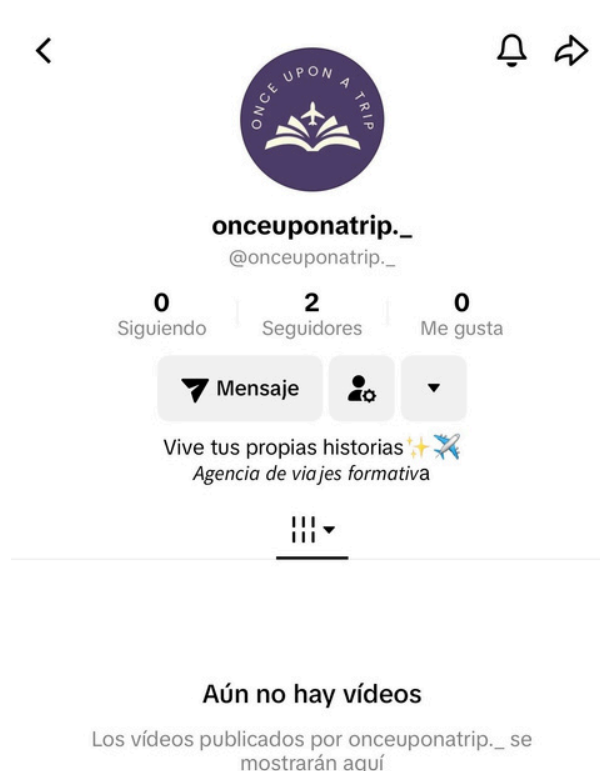


Imagen 2. RRSS.  
Fuente: TikTok de la agencia.

**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](mailto: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 dejen **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: Imágen libre.