

# FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

## 1) MARKETING RELACIONAL

OPINIONES Y SUGERENCIAS:  
A través de la web y reseñas en la app.

FEEDBACK:  
Para mejorar el servicio y satisfacer las demandas



## 2) SEGUIMIENTO POSTPEDIDO

Tras cada entrega, se envía un mensaje para valorar la comida.

Si el pedido no cumple las expectativas o normas de higiene, se reemplaza el pedido para asegurar la satisfacción.



## 3) EVENTOS Y EXPERIENCIAS

Clients con más de 6 meses pueden acceder a talleres de cocina saludable y actividades exclusivas para fortalecer la comunidad EQUORA.



## 4) SISTEMA DE PUNTOS EQUORA

La app permite registrar dieta y ejercicio.

Al cumplir objetivos, los usuarios ganan puntos que pueden canjear por regalos o descuentos en la suscripción premium.



# AUMENTO DEL VALOR DE LOS CLIENTES

## 1) UPSELLING

Motivamos a los usuarios de la app base a pasar al plan premium, con menús saludables y una IA que crea planes personalizados. Así aumentamos ingresos y valor de vida del cliente.

## 2) CROSS-SELLING

Ofrecemos productos complementarios al ejercicio, como camisetas, totebags, mochilas o botellas reutilizables, impulsando ventas y fortaleciendo la relación con el cliente.



## **RELACIONES CON LOS CLIENTES**

La relación con clientes es el tipo de vínculo que la empresa establece con cada segmento de clientes. Estas relaciones son una inversión en el capital relacional y un activo intangible que incrementa el valor de la empresa.

En EQUORA estamos muy comprometidos con las relaciones que establecemos con nuestros clientes debido a que estas son fundamentales para nuestra empresa y para nuestra estrategia. Nos comprometemos con el bienestar físico y mental de nuestros clientes, por eso sabemos que mantener una relación cercana y honesta con ellos es esencial para que nuestros productos y servicios contribuyan a mejorar su salud y estilo de vida. Por eso, fomentamos un contacto directo y personalizado desde el momento en el que se descarga nuestra aplicación y cuando se suscriben a nuestros servicios.

Nuestras estrategias de captación de clientes se basan en tres diferentes etapas clave:

-Primero la captación, que tiene como objetivo atraer a personas que quieren mejorar su salud y estilo de vida a través de una alimentación equilibrada y la práctica de ejercicio. En EQUORA, llevamos a cabo este proceso con ayuda de:

- La publicidad, debido a que a través de nuestras redes sociales como TikTok (para clientes jóvenes), Instagram (para clientes jóvenes y adultos), y Facebook (para clientes de mediana edad) damos a conocer nuestra aplicación mediante contenido sobre salud, ejercicio físico y nutrición. Además, colaborando con influencers reconocidos (mediante el marketing viral) cuyo contenido esté basado en el ejercicio físico y una alimentación saludable, buscamos atraer a gente joven interesada en nuestros servicios. Para conseguir que a través del SEO (Search Engine Optimization) sus videos aparezcan entre los primeros videos. Asimismo, también podemos lograr captar la atención de posibles clientes adultos mediante folletos atractivos a la vista sobre los servicios que ofrecemos.
- La promoción de ventas ya que, ofrecemos descuentos de bienvenida de un 35% para nuevos suscriptores al plan premium de alimentación. Además, los clientes actuales también pueden obtener un descuento de un 10% durante un mes si invitan a un amigo y este también se suscribe al plan premium. Asimismo, al final de nuestras rutas proporcionamos muestras gratuitas de nuestros platos de comida saludable para así conseguir que se suscriban al plan premium. Por último, vamos a realizar charlas en diferentes asociaciones

de vecinos sobre los beneficios del ejercicio físico y la comida saludables, consiguiendo así mejorar nuestra imagen de marca.

- El merchandising, debido a que mediante totebags (bolsas de tela cuadradas), mochilas, botellas y camisetas de deporte personalizadas con nuestro logo, que vendemos a través de nuestra página web y al final de las rutas buscamos dar a conocerlos.

-Segundo, la fidelización, que tiene como objetivo mantener relaciones sólidas y duraderas con los clientes, incentivando la repetición de compras.

En EQUORA creemos que las relaciones duraderas con los clientes se construyen sobre la confianza y atención personalizada constante. Para conseguir esto, utilizamos varias estrategias:

- El empleo de marketing relacional, que consiste en mantener y consolidar las relaciones con los clientes mediante estrategias centradas en ellos como, por ejemplo, el feedback. Los clientes a través de la página web o de las reseñas de la aplicación pueden valorar la aplicación y dar críticas constructivas las cuales serán tenidas en cuenta por la empresa para mejorar y satisfacer las demandas de los clientes.
- El seguimiento posterior a la entrega de los pedidos de comida mediante un mensaje a través de la aplicación preguntando sobre las condiciones de los platos de comida. Para así asegurar que cada experiencia cumple con las expectativas y las normativas de higiene, para que en caso de que estas no se cumplan se pueda enviar inmediatamente otro plato de comida. Y conseguir que los clientes no estén insatisfechos con EQUORA.
- Los eventos y experiencias para aquellos clientes que lleven utilizando la aplicación por un periodo de tiempo superior a 6 meses. Como, por ejemplo, la realización de talleres de cocina saludable en los que se enseñe a los participantes cómo elaborar recetas innovadoras, pero al mismo tiempo saludables.
- Un sistema dentro de la aplicación de seguimiento personalizado del bienestar de cada cliente. En el que, cada persona pueda registrar sus dietas y sus rutinas de ejercicios. Y cada vez que el usuario cumple los objetivos ya establecidos, como por ejemplo participar en una ruta, cumplir con la dieta durante 2 semanas seguidas y completar una rutina de ejercicios, acumula puntos EQUORA. Con estos puntos luego el cliente los puede canjear a cambio de por ejemplo una totebag o camiseta gratis o un descuento en el siguiente pago de la suscripción premium.

- Por último, el aumento de valor de los clientes, que consiste en incrementar la rentabilidad de los clientes haciendo que estos compren más productos y de más valor. En EQUORA buscamos aumentar el valor que obtienen nuestros clientes de la marca, fomentando así una relación de crecimiento mutuo. Con este objetivo en mente, nosotros utilizamos varias estrategias:
- El Upselling, ya que intentamos provocar que los clientes que utilizan la aplicación base se suscriban al plan premium. En el que pueden obtener servicios de comida saludable y una IA que les proporcione planes de comida personalizados de acuerdo con sus objetivos y características personales. Esto no solo genera más ingresos para la empresa, sino que también incrementa el valor de vida de los clientes.
- El cross-selling , ya que intentamos vender productos complementarios a la práctica del ejercicio. Como, por ejemplo, camisetas de deporte, totebags, mochilas y botellas de agua.

Por lo que para nosotros aumentar el valor del cliente significa ofrecerle más bienestar y motivos para seguir eligiéndonos.