

Relaciones con clientes

Como partimos de cero debemos plantear ciertas formas de atraer la atención de los posibles futuros clientes. Para ello tenemos que buscar atraer al máximo número de personas centrándonos en perfiles distintos.

Fornas de captación de nuevos clientes:

- Campañas que muestren el verdadero problema tras las caídas, sobre todo en superficies húmedas. En especial apelando a los sentimientos y buscando cautivar a los posibles clientes.
- Publicitando el producto en farmacias (Con algún stand de la marca que llame la atención de los que vayan a comprar a esas farmacias), residencias de mayores, transportes públicos, carteles publicitarios...
- Demostrar públicamente los efectos del productos podría atraer clientes ya que no solo les vendes un producto, sino que también les vendes un resultado.
- Al transmitir un mensaje tranquilo y directo (p.ej. “Camina seguro, camina tranquilo”) emitimos confianza tanto sobre nuestro producto, como sobre las personas.

Pero tras haber captado a los clientes, llega lo que consideramos más importante de la relación con los clientes, saber mantenerlos.

Así pues hemos encontrado ciertas formas para poder conservar a los clientes:

- Creando programas de fidelización o una forma de registrar las compras del producto para ofrecer descuentos por la compra recurrente de este. Esto sería más fácil de aplicar en una posible página o tienda online que crearemos si el producto prospera en el mercado dónde los clientes podrían crear una cuenta de cliente y gracias a ella obtener descuentos, regalos, acceso a ofertas, etc.
- Al poder reutilizar el envase sale más barata la compra del producto para los clientes que ya hubiesen comprado un stick anteriormente, porque solo tienen que comprar las recargas.

- Utilizar a los propios usuarios que hayan puesto a prueba el producto para hacer que sus experiencias lleguen al resto de clientes y les sirva de ejemplo y muestra de la eficacia del producto.
- Aprovechar la influencia de las redes sociales para comunicar consejos de uso, seguridad y prevención, facilitar información y novedades acerca del producto y promocionarlo.
- Recordar la imagen ecológica y responsable de la marca, ya que esto es lo que atrae a muchos de los clientes y es lo que les puede hacer comprar nuestro producto.