

RELACIONES CON EL CLIENTE

En una red social como FairSocial, la relación con el usuario es un elemento crítico del modelo de negocio, puesto que si las personas no se sienten seguras, escuchadas y acompañadas, abandonan la plataforma y la propuesta de “espacio libre de odio y estafas” pierde todo su sentido. Desde nuestro equipo, reconocemos que la personalización, la comunicación continua y el valor percibido son claves para retener usuarios en apps y redes sociales.

Partiendo de estas ideas, en FairSocial diseñamos una estrategia de relación con el cliente que combina:

- La educación digital y acompañamiento desde el primer uso
- Canales de comunicación claros y de respuesta rápida
- La participación activa de la comunidad en la moderación
- Mecanismos de fidelización que integran al usuario en la evolución y sostenibilidad del proyecto.

ACCIONES PARA MANTENER AL CLIENTE LIGADO A LA PROPUESTA

Onboarding guiado y educación digital

Los estudios sobre retención de usuarios en apps móviles señalan que un buen onboarding reduce significativamente el abandono inicial, siempre que explique con claridad el valor de la herramienta y facilite los primeros pasos. En FairSocial, este proceso de bienvenida se aprovechará para introducir al usuario en la cultura de la red y en sus mecanismos de seguridad:



- Pantallas iniciales que explican, con ejemplos sencillos, qué se considera discurso de odio, acoso o intento de estafa, y por qué ese contenido no tiene cabida en la plataforma.
- Mini-tutorial interactivo sobre cómo reportar mensajes, bloquear usuarios y ajustar la privacidad, siguiendo la recomendación de muchas guías de seguridad digital de enseñar al usuario a protegerse.
- Preguntas breves sobre intereses y sensibilidad a ciertos temas para poder personalizar la experiencia inicial, algo que es eficaz para aumentar la satisfacción del cliente.

Si aplicamos estas medidas, FairSocial no da la imagen de ser “una red más”, sino un entorno moderado donde su bienestar y su seguridad son prioridades explícitas, y que tiene en cuenta al cliente.

Comunicación continua, multicanal y transparente

Destacamos la importancia de mantener el *engagement* respondiendo comentarios y mensajes, generando conversaciones y siendo transparentes y auténticos. Siguiendo estas recomendaciones, FairSocial utilizará varios niveles de comunicación:

- Notificaciones tanto dentro como fuera de la app para informar de novedades o cambios relevantes en las normas, siempre sin abusar para no generar rechazo.
- Un centro de avisos donde se agrupan todas las comunicaciones importantes: resultados de reportes, explicaciones de decisiones de moderación, avisos de seguridad, etc.
- Email opcional con resúmenes periódicos y contenido educativo, que refuerza la relación fuera de la app para quienes lo deseen.



Participación activa en la moderación y comunidades seguras

Las comunidades online más exitosas se caracterizan por estar bien moderadas, con normas claras y equipos que garantizan un ambiente respetuoso. Por tanto, implementaremos un sistema de reportes accesible, que permita denunciar rápidamente contenidos de odio, estafas o comportamientos abusivos, clasificando el motivo de forma sencilla.

Adicionalmente, cuando se revise un caso, el usuario recibirá una respuesta que indica qué se ha decidido y por qué, lo que refuerza la sensación de que su participación tiene impacto real.

Finalmente implementaremos un programa de colaboradores de confianza o moderadores comunitarios, quienes recibirán formación específica sobre las normas y contarán con herramientas adicionales para ayudar a identificar patrones de abuso, siempre coordinados con el equipo de FairSocial.

Gamificación positiva y programas de recompensas

Es importante el uso de programas de recompensas para mantener el interés y la recurrencia de los clientes, siempre que estén alineados con los objetivos de la marca. Por este motivo, FairSocial diseñará un sistema de reconocimiento orientado a reforzar los comportamientos que hacen la red más segura:

- Insignias para usuarios que generan contenido constructivo, participan en campañas contra el odio o realizan reportes justificados que ayudan a detectar problemas reales.
- Niveles de confianza asociados al historial de comportamiento y participación positiva, visibles en el perfil, que pueden influir en ciertas funcionalidades (por ejemplo, mayor peso de sus reportes).
- Recompensas no económicas, pero valiosas para la comunidad, como mayor visibilidad de sus publicaciones, invitaciones a eventos online o acceso anticipado a nuevas funciones.

La idea es que el programa de fidelización sea visible dentro de la app, fácil de entender y que esté comunicado de forma clara, de modo que el usuario sepa qué gana por contribuir de manera responsable.

Soporte y atención al usuario

FairSocial contará con varias plataformas de soporte que ayudarán a atender fácil y rápidamente al usuario. En primer lugar, un centro de ayuda con artículos breves, vídeos o infografías sobre uso seguro de la plataforma y resolución de incidencias frecuentes. Contaremos también con un canal de soporte para aquellas incidencias más complejas, con compromisos de tiempo de respuesta razonables y seguimiento de cada caso.

También tendremos en cuenta posibles dudas que lleguen de otras redes sociales, para ello dispondremos también de una derivación desde otras redes sociales: cuando lleguen dudas por Instagram u otros canales, se responderá de forma cercana y se redirigirá a los canales oficiales para una gestión adecuada.

INTEGRACIÓN DEL CLIENTE EN EL MODELO DE NEGOCIO

El Modelo Canvas destaca que la relación con el cliente no solo define cómo se interactúa, sino también cómo se integra el usuario en la creación y captura de valor. En FairSocial se propone un encaje entre misión social (reducir odio y fraudes) y sostenibilidad económica que evita tratar al usuario como “producto” y lo convierte en aliado del proyecto.

Programas de embajadores y moderadores comunitarios

La creación de comunidades activas y bien moderadas se reconoce como una de las mayores fuentes de valor a largo plazo para proyectos digitales, tanto por la retención de usuarios como por la mejora de la reputación. Por ello, FairSocial integrará a los usuarios más comprometidos como parte de su modelo:

- Embajadores FairSocial: usuarios que destacan por su comportamiento ejemplar y su capacidad para dinamizar comunidades. Reciben reconocimiento público, acceso prioritario a novedades y posibilidad de participar en encuentros con el equipo.
- Moderadores comunitarios: embajadores que ayudan al equipo central a gestionar reportes, moderar grupos temáticos y detectar tendencias de abuso. Su rol se inspira en la figura del moderador descrita en estudios sobre comunidades virtuales, donde se recalca su importancia para mantener un ambiente sano y organizado.

En fases más avanzadas, se valorará ofrecer certificados de participación, referencias para CV o incluso pequeñas compensaciones económicas a estos colaboradores, integrándolos formalmente en la estrategia de crecimiento de FairSocial.



Creación cooperativa del producto con la comunidad

Consideramos de gran importancia el escuchar y adaptar la propuesta a las necesidades reales, utilizando la interacción constante como fuente de innovación. En FairSocial esto se traducirá en:

- Encuestas periódicas en la app para priorizar nuevas funcionalidades (por ejemplo, qué tipos de filtros, herramientas de bienestar digital o formatos de contenido se consideran más útiles).
- Espacios donde los usuarios voluntarios puedan probar versiones beta de nuevas funciones y aportar feedback.
- Foro de propuestas donde la comunidad pueda sugerir cambios en las normas, mejoras en la moderación o nuevas campañas educativas..

Alianzas con instituciones y comunidades de usuarios

Por último, la relación con el cliente se amplía desde el usuario individual a comunidades organizadas: centros educativos, asociaciones juveniles, entidades que trabajan contra el discurso de odio, etc.

Las ventajas de pertenecer a comunidades profesionales u online bien gestionadas incluyen el apoyo mutuo y el aprendizaje compartido.

FairSocial aprovechará estas ventajas para ofrecer espacios verificados para instituciones dentro de la red, donde puedan comunicarse con sus miembros en un entorno moderado y seguro; diseñar programas conjuntos de sensibilización (talleres, retos, campañas); y explorar, en etapas posteriores, servicios adaptados a estas organizaciones que aporten una fuente de ingresos adicional sin explotar datos personales de los usuarios.