

6. RELACIONES CON LOS CLIENTES

La relación con nuestros clientes se centra en atraer a nuevos usuarios, fomentar su lealtad y comprometerlos a su participación dentro de nuestra plataforma. Es un elemento clave en nuestro modelo de negocio debido a que nuestra estrategia combina relaciones automatizadas con la interacción humana, adaptándose a las necesidades de cada uno de los segmentos.

Sobre la atracción de nuevos clientes, nos ayudaremos con la combinación de acciones digitales y colaborativas. En primer lugar, para atraer a nuevos usuarios utilizaremos acciones de marketing digital y la difusión a través de las redes sociales, colaboraciones con centros educativos, asociaciones y comunidades afines, así como las recomendaciones entre usuarios mediante sistemas de valoraciones y contenido informativo y testimonios reales sobre el aprendizaje que ofrece de nuestra plataforma. Este tipo de acciones permite generar confianza a nuestros clientes desde el primer contacto y facilitar la incorporación de los usuarios a la plataforma.

En cuanto al tipo de relaciones con los usuarios, nuestra plataforma combina distintos niveles. Por un lado, ofrecemos un sistema de autoservicio en el cual los usuarios pueden registrarse, buscar perfiles, reservar sesiones y realizar pagos de forma autónoma, gracias a que la aplicación misma está diseñada para ser intuitiva y lo facilitemos lo más que se pueda a nuestros usuarios. Por otro lado, la plataforma cuenta con servicios automatizados como recomendaciones personalizadas de perfiles según el interés del usuario, notificaciones automáticas para recordatorios o confirmaciones de pago y un seguimiento básico del aprendizaje y del historial de sesiones que se hayan cursado.

Además, contamos con asistencia personal, en la cual nos permite atender a los clientes a través de chat o correo electrónico para resolver incidencias, problemas técnicos o conflictos en la comunidad. Asimismo, se incentiva a la creación de comunidades dentro de la plataforma donde los usuarios puedan compartir sus experiencias, resolver dudas y recomendar aprendizajes realizados anteriormente.

Para mantener a los clientes comprometidos a la propuesta de valor y su participación, hemos implementado acciones que brinden confianza como sistemas de valoraciones, opiniones, sugerencias de nuevas funcionalidades (como descuentos, promociones o suscripciones premium), una comunicación constante mediante correos o notificaciones personalizados, y una mejora continua de la experiencia de usuario basada en el feedback recibido.

Sobre el crecimiento del cliente dentro del modelo de negocio se produce cuando los usuarios pasan de un uso ocasional a un uso recurrente, contratan suscripciones premium, amplían el número de sesiones o habilidades aprendidas y se convierten en prescriptores del servicio, recomendándolo a otros usuarios

Para concluir, a nuestros clientes no solo los consideramos un consumidor, sino que también forman parte del proyecto ya que se incluye en el modelo de negocio, es decir, generan valor al compartir tanto conocimientos como experiencias, contribuyen a la reputación y calidad de

la plataforma y participan en la evolución mediante la co-creación. Esta integración refuerza la sostenibilidad del modelo y la relación a largo plazo con la plataforma.