




PLANTILLA DE CONTENIDO DE LA LECCIÓN

 <p>Erasmus+</p>	<p>Proyecto financiado por: Erasmus+ / Acción clave 2 Cooperación para la innovación y el intercambio de buenas prácticas, Alianzas para el conocimiento.</p>
---	---

Lección 5 Relaciones con los clientes

Las relaciones con los clientes tienen que ver con la disponibilidad de los servicios y los privilegios concedidos para su uso. Los paquetes de servicios y privilegios son la conexión directa con los clientes. Por supuesto, esto se enriquece con los servicios de asesoramiento prestados por los distintos departamentos, como los de atención al cliente, ventas y marketing.

Tipos indicativos de relaciones con los clientes

- Servicio personal.
- Servicio personalizado.
- Autoservicio. Por ejemplo, tiendas de comida rápida.
- Servicios automatizados. Por ejemplo, las ventas a través de Internet.
- Gestión de "comunidades".

La interacción con los clientes es la parte significativa de cualquier comercio. Su victoria y supervivencia se transfieren a la prueba distintiva correcta de la relación que la empresa necesita establecer con sus segmentos de clientes particulares.

Main Bases of Segmentation

Geographic	Demographic	Behavioural	Psychographic
E.g. "Customers within 10 miles of the M25"	E.g. "A Level & University Students"	E.g. "Customers wanting a value for money impulse buy"	E.g. "Customers who prefer to buy organic food"
Customer location Region Urban / Rural ACORN classification	Age Gender Occupation Socio-economic group	Rate of usage Benefits sought Loyalty status Readiness to purchase	Personality Lifestyles Attitudes Class

tutor2u



Fuente: <https://www.getfeedback.com/resources/cx/how-to-segment-your-customers-to-grow-revenue/>

Fuente: <https://startupnation.com/manage-your-business/startup-customer-relationship-management-solution/>