**5.4 Relaciones con los Clientes**

**¿Qué son las Relaciones con los Clientes?**

En el modelo de negocio, las **relaciones con los clientes** describen cómo la empresa interactúa con sus diferentes segmentos de usuarios a lo largo del tiempo, desde la adquisición hasta la fidelización. Estas relaciones son fundamentales para:

* Construir confianza y credibilidad.
* Asegurar una experiencia positiva y coherente.
* Fomentar el uso continuo de la plataforma.
* Transformar usuarios en promotores del servicio.

**Estrategia de Relaciones con los Clientes por Segmento**

**1. Dueños de mascotas (usuarios finales)**

**Tipo de relación:**

* **Asistida digitalmente**, con elementos de **autoservicio** y **automatización personalizada**.

**Mecanismos:**

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia | Descripción |
| Onboarding guiado | Tutorial paso a paso al registrarse para mostrar cómo usar la plataforma. |
| Panel personalizado de mascotas | Interfaz que muestra historial, vacunas, recordatorios y sugerencias. |
| Atención al cliente multicanal | Soporte por chat, email y chatbot con preguntas frecuentes. |
| Notificaciones inteligentes | Alertas automáticas para vacunas, consultas, entregas, etc. |
| Gamificación y recompensas | Sistema de puntos o badges por cumplir calendarios médicos o compras. |
| Comunidad y contenido educativo | Blog y redes sociales con consejos, eventos, cuidado responsable, etc. |

**Objetivo:**

Fomentar el uso continuo, la confianza y la percepción de valor en la plataforma.

**2. Veterinarios certificados y clínicas**

**Tipo de relación:**

* **Asociación a largo plazo** basada en confianza, validación profesional y beneficios compartidos.

**Mecanismos:**

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia | Descripción |
| Proceso de validación profesional | Verificación de cédula profesional y documentación antes de habilitar perfil. |
| Dashboard profesional | Herramientas para administrar pacientes, ver citas y registrar historial. |
| Canales de comunicación directa | Contacto con el equipo técnico y soporte administrativo. |
| Promoción dentro del directorio | Perfiles destacados por zona, especialidad o calificación de usuarios. |
| Capacitación y recursos | Guías para el uso del sistema, gestión de clientes y buenas prácticas. |

**Objetivo:**

Generar una red confiable de profesionales que usen y recomienden la plataforma.

**3. Proveedores de productos para mascotas**

**Tipo de relación:**

* **B2B colaborativa**, basada en la gestión eficiente de inventarios, ventas y visibilidad.

**Mecanismos:**

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia | Descripción |
| Portal para vendedores/proveedores | Subida de productos, control de stock, órdenes y reportes. |
| Soporte logístico y operativo | Asistencia en empacado, envíos y devoluciones con aliados logísticos. |
| Datos y análisis de ventas | Acceso a métricas de comportamiento de compra para toma de decisiones. |
| Facturación y comisiones claras | Modelo transparente de ingresos, descuentos y pagos a proveedores. |

**Objetivo:**

Consolidar una red confiable de proveedores que vean la plataforma como un canal rentable y estable.

**Tipos de relación combinados**

La plataforma combinará diferentes **tipos de relaciones** para maximizar el valor:

| **Tipo de relación** | **Aplicación específica en el proyecto** |
| --- | --- |
| **Autoservicio** | Panel del usuario para gestionar mascotas, citas, compras. |
| **Automatización** | Notificaciones de salud, recomendaciones personalizadas. |
| **Asistencia personal** | Soporte técnico y atención por canales digitales. |
| **Co-creación** | Opiniones de usuarios y veterinarios para mejorar la plataforma. |
| **Educación guiada** | Blog, recursos y acompañamiento para nuevos usuarios o clínicas. |

**Objetivo Final de las Relaciones**

* **Convertir usuarios ocasionales en usuarios recurrentes y fieles.**
* **Crear una comunidad digital confiable y activa.**
* **Posicionar la plataforma como líder integral en el cuidado digital de mascotas en México.**