

RELACIONES CON LOS CLIENTES

COMO SE ATRAERA A LOS CLIENTES

Estrategia	Descripción	Objetivo
 Marketing experiencial	Campañas que muestren el cambio de color o textura de las prendas en distintos ambientes (sol, sombra, frío, calor) mediante videos y demostraciones en redes sociales o eventos.	Generar impacto visual y curiosidad por el producto.
 Presencia digital y redes sociales	Uso intensivo de Instagram, TikTok y YouTube con contenido creativo: “Antes y después” del cambio de color, retos virales, colaboraciones con influencers de moda y tecnología.	Atraer al público joven e innovador, aumentar alcance y reconocimiento.
 Pop-ups y experiencias interactivas	Instalaciones temporales en centros comerciales o ferias donde las personas puedan probar las prendas y ver cómo cambian con la temperatura o la luz.	Conectar la innovación tecnológica con una experiencia tangible.
 Alianzas con diseñadores o marcas sostenibles	Colaboraciones con marcas que compartan valores de moda ética y tecnología.	Reforzar credibilidad y penetrar nuevos nichos de mercado.
 Prensa y medios especializados	Difusión en blogs y revistas de moda, tecnología y sostenibilidad.	Posicionar la marca como pionera en innovación textil.

COMO SE MANTENDRA LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Estrategia	Descripción	Beneficio
 Comunidad digital (plataforma o app propia)	Espacio donde los clientes puedan compartir fotos, recibir tips de cuidado y acceder a actualizaciones de la marca.	Fortalece la fidelidad y la interacción.
 Email marketing personalizado	Envío de novedades, nuevos lanzamientos o descuentos según el historial de compra.	Comunicación directa y personalizada.
 Atención al cliente omnicanal	Soporte vía chat, redes y correo para dudas sobre mantenimiento, devoluciones o funcionamiento.	Mejora la confianza y la satisfacción postventa.
 Programas de membresía o recompensas	Sistema de puntos o descuentos por compras recurrentes, reciclaje de prendas o recomendaciones a amigos.	Fomenta la recompra y la lealtad.

Estrategia	Descripción	Beneficio
 Garantía de calidad y reparación	Ofrecer reparación o cambio si la tecnología textil falla.	Refuerza la percepción de valor y compromiso con la calidad.

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

Estrategia	Descripción	Objetivo
 “Club de Innovadores”	Programa exclusivo para clientes frecuentes con acceso anticipado a nuevos lanzamientos o diseños personalizados.	Crear comunidad y exclusividad.
 Programa de reciclaje o devolución	Descuento en la próxima compra al devolver prendas antiguas para su reutilización.	Promueve sostenibilidad y recompra.
 Eventos exclusivos	Invitaciones a lanzamientos, charlas sobre tecnología textil o moda del futuro.	Mantiene el interés y refuerza el vínculo emocional.
 Feedback y co-creación	Permitir que los clientes voten o participen en el diseño de nuevas colecciones.	Involucra al cliente en la evolución de la marca.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Canal	Tipo de comunicación	Ejemplo
 Redes sociales	Visual, emocional y participativa	Videos del cambio de color con música o efectos; campañas con hashtags.
 Correo electrónico / newsletters	Personalizada y educativa	“Cómo cuidar tu prenda inteligente” o “Nuevas colecciones adaptativas”.
 Chatbots o asistentes virtuales	Interactiva y tecnológica	Responder consultas sobre tallas, materiales y funcionamiento.
 Sitio web y blog	Informativa y de valor	Publicaciones sobre innovación textil, sostenibilidad y tendencias.
 Marketing con influencers	Emocional y aspiracional	Colaboraciones con creadores de contenido que prueben la prenda en distintos ambientes.