



NOME:

DATA:

1. Identificación: Tipos de Clientes

Lee las siguientes descripciones de clientes y clasifícalos en los tipos de clientes que hemos estudiado (Clientes Frecuentes, Habituales, Ocasionales). Escribe una breve justificación para cada clasificación.

Descripción:

1. Patricia es una clienta que visita el restaurante cada semana, pide siempre el mismo plato y tiene una relación muy cercana con el camarero.

2. Carlos viene una vez al mes, cuando tiene algo que celebrar, pero no repite mucho.

3. Lucía hace pedidos casi a diario a través de la página web para su empresa, es frecuente en las promociones y ofertas.

2. Clasificación: Factores de Satisfacción del Cliente

A continuación, se presentan diferentes factores que pueden influir en la satisfacción del cliente. Clasifícalos en las categorías: "Expectativas", "Servicio Esperado", y "Servicio Deseado". Justifica tu respuesta.

Factores:

1. El cliente espera que el producto esté disponible en todo momento

2. El cliente desea un servicio personalizado que se ajuste a sus necesidades específicas

3. El cliente considera que el precio es adecuado para la calidad del servicio recibido

4. El cliente espera un servicio rápido y sin errores





3. Desarrollar: Estrategias de Fidelización

Imagina que eres el responsable de atención al cliente de un restaurante. Redacta una estrategia de fidelización que pueda aplicarse para retener a los clientes. Considera los siguientes aspectos: qué tipo de servicio ofrecer, qué incentivos usar, y cómo hacer sentir al cliente valorado.

4. Actividad: Los Clientes del Siglo XXI

Reflexiona sobre los cambios que han experimentado los consumidores en el siglo XXI debido a la tecnología y las redes sociales. A continuación, responde las siguientes preguntas de forma escrita.

1. ¿Cómo ha cambiado el comportamiento de los consumidores en comparación con generaciones anteriores?
Piensa en la influencia de internet, las redes sociales y la tecnología móvil. ¿Qué características definen al consumidor del siglo XXI?
2. Elige un grupo de consumidores del siglo XXI (Generación Net, Tweens...) y explica qué características tienen y qué tipo de estrategias de marketing serían más efectivas para ellos.

