

V. CANALES.

Los **canales** hacen referencia a cómo se comunica la empresa y alcanza a sus segmentos para hacerles llegar su propuesta de valor.

En nuestro proyecto el canal más adecuado para ponernos en contacto con el segmento de mercado será una mezcla entre **llegar hasta nuestros clientes con nuestros propios canales** como pueden ser las TIC y el propio boca a boca; **o a través de asociados** como pueden ser los servicios publicitarios, es decir, los servicios de marketing (Google, Play Store).

Los canales que vamos a encontrar son la **comunicación, distribución y venta.**

Estos son puntos de contacto con el cliente que van ser determinados en **5 fases** distintas las cuales se compone un canal:

- 1. Percepción.** Nuestros clientes van a saber de nuestra aplicación. La clave de esta, es tratar de elevar la percepción de los clientes acerca de lo que proporcionamos como empresa: la APP.
- 2. Evaluación.** Nuestros clientes valorarán nuestro servicio y decidirán en base a las demás propuestas que se ofertan en el mercado, si la nuestra les resulta más útil que el resto de propuestas.
- 3. Compra.** En un principio, nuestro servicio será gratuito. A los 6 meses, les facilitaremos a nuestros potenciales clientes, la posibilidad de seguir con nuestra APP que les ofertamos con un pequeño coste mencionado anteriormente.
- 4. Entrega.** Nuestra empresa no se dedica a vender un producto como tal sino a ofrecer un servicio a la sociedad puesto que no lo tendremos que entregar sino que nuestra proposición de valor es el servicio en sí, el cual estará a disposición de todo usuario que quiera acceder a ella.
- 5. Post-venta.** El soporte de nuestro servicio será proporcionarle al cliente una serie de privilegios que no tendrán los usuarios que estén usando nuestro servicio de forma gratuita.

