

3. CANALES

La ventaja de estos canales es que permite mayor facilidad a la hora de promocionar nuestros productos. Sin embargo, para que esta estrategia de resultado, es necesario generar confianza con los usuarios, para ello es importante tener una conexión cercana con ellos.

Nuestras vías de comunicación serán a través de:

- **REDES SOCIALES**

Estas son las redes sociales que vamos a utilizar:

FACEBOOK:

Daremos la oportunidad a los clientes usuarios de conocernos mejor. En nuestro perfil colgaremos toda nuestra información, además de promociones y actualizaciones relacionadas con la App. Con esto queremos conseguir socializarnos más a fondo con los clientes, para que estén informados del producto que ofrecemos.



INSTAGRAM:

Aquí mostramos imágenes de la App, y podremos utilizarla como medio para dejar ver a los clientes usuarios en qué consiste esta aplicación, no solo técnicamente si no en la seguridad que proporcionamos, por ejemplo, subiendo fotos de animales perdidos que han sido encontrados gracias a nuestro GPS, así como en lo fácil y cómodo que es llevar todos los datos de la mascota en el teléfono.



TWITTER:

Esta red social nos sirve para que los clientes también puedan promocionarnos, por ejemplo; un cliente que esté contento con nuestra App, nos mencione. Nosotros también comentaremos las actualizaciones y los cambios que se vayan realizando.

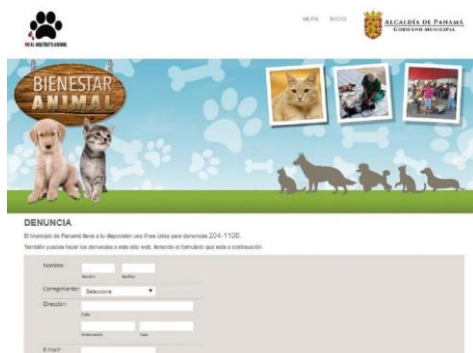


- **PRENSA ESPECIALIZADA**

Insertaremos publicidad en revistas especializadas de animales. Esto captará la atención de los clientes, para que sepan quiénes somos y qué hacemos.



- **BLOG/WEB**



Este Blog nos permitirá mostrar toda la información necesaria a los clientes, qué es lo que ofrecemos, cómo se utiliza, dónde se encuentra este producto, etc. Dejaremos abiertos los comentarios para ellos puedan ponerse en contacto con nosotros de una manera fácil y tener la oportunidad de leer las opiniones de los demás usuarios.

- **VISITAS PERSONALIZADAS**

Nos encontramos con dos tipos de clientes: los **clientes directos**, los veterinarios, que con ellos son con los que tendremos una relación más personal, a los que iremos a visitar uno por uno a venderle el producto y una vez vendido intentemos fidelizarlos. Por otra parte, tenemos a los **clientes usuarios**, que son los usuarios



finales de nuestro producto, a los que no les venderemos directamente sino a través de los veterinarios. Con ellos nos interesa mantener una relación constante, lo que haremos a través de nuestras plataformas.