



## 5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

En nuestro sistema será necesario comunicarse tanto con clientes como con usuarios de la plataforma, además de con los proveedores y entre los propios socios y colaboradores.

Con el cliente:

- Visita presencial para la primera toma de contacto, realizando este esfuerzo la relación con el cliente será mucho más cercana y estrecha, potenciando su fidelización.
- Teléfono, email o wsp para renovar o publicar nuevas ofertas.
- Plataforma web para personalizar sus ofertas y actualizar datos de contacto, así como soporte técnico y comercial al producto.
- Redes sociales para fidelizar y dar a conocer nuestro servicio.

Con los usuarios:

- Cartel en los portales con el código QR que facilita el acceso a la página web desde cualquier terminal móvil.
- La página web a través de la que consultan las ofertas en vigor, posicionada convenientemente en buscadores.
- Correo electrónico, oficina y línea telefónica donde los vecinos puedan plantearnos sus dudas y sugerencias.

Además de en los portales, contemplamos también emplazamientos en los que la gente tenga que esperar o hacer colas: lavanderías, sala de espera de un dentista, abogado, panadería, etc.

Otra forma de dar a conocer nuestros productos es poner los códigos en los propios establecimientos, además de la recomendación personal.

Tendremos especialmente cuenta la ordenanza municipal que impide colocar carteles en las calles, mobiliario urbano y cualquier elemento público. Cada código QR que se coloque contará con la autorización de la comunidad de propietarios. Por lo se tiene en cuenta el coste de esta gestión en nuestra previsión de tesorería.

De forma indirecta, utilizaremos como canal de comunicación el establecido previamente por nuestros colaboradores descritos en el capítulo de Alianzas Clave: Cámara de Comercio, Asociación de Comerciantes, Asociaciones de Vecinos, ADL municipales, etc.

En nuestros canales directos evitamos la intervención de intermediarios.