

CANALES DE iV-Real

Entendemos que el canal es la vía para llegar a nuestro cliente. De ahí, la necesidad de seleccionar los canales más adecuados para dar a conocer nuestra propuesta (los canales de comunicación) y, en segundo lugar, para hacerla llegar a los destinatarios (canales de distribución y venta).

CANALES DE COMUNICACIÓN

En el contexto actual es imposible no estar en el entorno web, más en una empresa como la que nosotros pretendemos. Por tanto, tendremos que tener presencia en canales virtuales y físicos.

CANALES DE COMUNICACIÓN ON LINE



Desde el primer momento, planteamos nuestra estrategia de presencia en red activa a través de nuestra **página web, blog y redes sociales** (Twitter e Instagram). Debemos hablar el lenguaje que actualmente maneja la sociedad, y más en el entorno digital en el que queremos desarrollarnos, para mostrar nuestras soluciones, conocer las necesidades de los futuros clientes e interactuar con todos los agentes relevantes.

Comenzamos con el diseño de nuestro **logo**. Quería simular las redes neuronales que se activan en un proceso de realidad virtual. Y que en el nombre también tuviera presencia: inteligencia virtual para un mundo real. De ahí **i** (*intelligent*) **v** (*virtual*) **real** (*real*). Y el lema "formación más allá de la realidad" para redundar en la formación virtual y aumentada.

Hemos creado nuestra **página web** <https://ivrealdigital.wixsite.com/index> desde la que pretendemos mostrar nuestros productos y servicios a empresas. Además, hemos incluido un **blog** en el que ir contando nuestra evolución y generando conversación con profesionales interesados en el campo de la realidad aumentada y virtual.



Tenemos la experiencia que, de estas conversaciones informales de personas apasionadas por temas tecnológicos, muy frecuentemente surgen colaboraciones futuras.

Esta es la dirección de nuestro **blog** <https://ivrealdigital.wixsite.com/index/blog>



La presencia en redes sociales, en especial **Twitter**, nos permite participar en la conversación con referentes de la realidad virtual, impresión 3D, servicios de prevención, interactuar con

futuros clientes, difundir información... Una red ágil en la que poder ser *influencer* o tener relación directa con ellos.

Y, como complemento, la presencia en **Instagram** para poder mostrar las imágenes de nuestros prototipos



CANALES DE COMUNICACIÓN OFF LINE

Más allá del mundo social media, nos interesa tener un contacto real con nuestros posibles clientes. Con nuestro *early adopter*, como ya hemos dicho, la relación es fluida y continua, por lo que este canal de comunicación es directo a través de reuniones, teléfono o whatsapp.

El resto de nuestros posibles clientes, son grandes servicios formativos en prevención, el sector no está muy atomizado. En los últimos años ha habido muchas absorciones empresariales por grandes grupos nacionales e internaciones de prevención de riesgos por lo que es sencillo tenerlos identificados.

Nuestra estrategia de comunicación off line se basará en **reuniones** concertadas, acudir a **eventos** de networking habituales en estos sectores, participar en jornadas, charlas y ferias que habitualmente celebran estas entidades.

Más que la publicidad tradicional, creemos que nos favorecerá un contacto directo vía **relaciones públicas**. Para estos eventos tenemos diseñadas

carpetas con información sobre nuestras soluciones tecnológicas y enlaces vía **códigos QR** y **realidad aumentada** para que, desde sus dispositivos móviles, puedan acceder en ese mismo momento a nuestros contenidos web y poder mostrarles algunas de las posibilidades de formación virtual que ofrecemos

Algunas muestras de nuestro **material publicitario** incluido en el **dossier** con el que acudiremos a los eventos y reuniones con nuestros clientes y prescriptores son los siguientes:



FORMACIÓN MAS ALLA DE LA REALIDAD



REALIDAD VIRTUAL Y REALIDAD AUMENTADA EN LA FORMACIÓN DE EMPRESA

TRANSFORMAMOS LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES EN UNA EXPERIENCIA

- Formación inmersiva y simulada
- Más motivadora y personalizada
- Reducción de equipos necesarios
- Entorno seguro de aprendizaje



CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA

Ya sea que hayamos llegado a nuestros destinatarios a través de medios web o presenciales (eventos, reuniones...) el canal de distribución y venta tendrá que ser **directo**. Nuestras soluciones tecnológicas tienen que adaptarse a la necesidad concreta de cada empresa. Diseñamos **experiencias de aprendizaje virtual a medida**, por tanto, para el desarrollo o adaptación del software y periféricos de realidad virtual deberemos llevar a cabo un proceso de co-creación con el cliente en las propias instalaciones del cliente o en nuestra sede del Parque Científico.

Si no fuera posible un contacto físico continuo, recurriremos a la realización de videoconferencias para concretar todos los detalles. El resto del desarrollo podría realizarse a través de contactos vía mail o transferencia de proyectos en la nube. El traslado de los equipos y periféricos de realidad virtual los realizaríamos con nuestros propios medios de transporte hasta la sede de la empresa.