

## **CANALES**

Nos acercaremos a los clientes a través de varios canales de comunicación.

Diseñar una marca, una web y un perfil en redes sociales es una de las principales diferencias con los tradicionales puestos ambulantes. Hay que crear una marca con un logotipo. Ahora está muy de moda ser *foody* (amante de la gastronomía) y a la gente le encanta subir a las redes fotos de platos deliciosos y compartirlas. Hay que saber aprovechar ese tirón. Este sector se basa en la innovación y muchas veces entra por los ojos. Hay que trabajar muy bien la web y conseguir que crezca el número de seguidores en la redes y que siempre sepan dónde vas a estar.

Es importante tener banners que puedan ser visibles en diferentes páginas web de acontecimientos de ocio organizados para la Comunidad de La Rioja, al igual que en motores de búsqueda para obtener tráfico a nuestra web mediante la compra de anuncios en la sección de enlaces patrocinados de los buscadores.

Uno de nuestros segmentos objetivo es un público joven, smart consumer, comprometido por causas sociales y que se siente riojano. Venderemos camisetas de varios colores, tan llamativos como nuestras coberturas con lemas tales como “Mamá Donna”, “Donnas Powa” o “Primadonna Like Me”.

Además nuestros socios dispondrán de materiales de documentación como folletos, revistas corporativas y calendarios en los que nos podremos publicitar mediante un acuerdo de colaboración.

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

**-Puntos Fijos (Ferias, Fechas festivas y mercadillos)**

En La Comunidad de La Rioja se suceden diferentes ferias, mercados o fechas festivas a lo largo del calendario que año tras año reúnen a cientos de personas alrededor de la gastronomía. Los pueblos tienen una gran riqueza gastronómico-cultural. El hecho de comer va ligado al ocio y al turismo, forma parte de la cultura de un pueblo. En el mismo Logroño, en el mercadillo de las Norias, cada domingo, los clientes potenciales de los puestos terminan gastando parte de su presupuesto para el día en la zona de comida. ¿Por qué? Porque desde la época de los primeros homínidos la comida ha sido símbolo de unión de las comunidades, de la tribu.

Es difícil resistirse a un apetecible y artesanal Donut que además posee un valor ético y social que el resto de competencia no alberga.

### **-Puntos Temporales (Recorrido por diferentes poblaciones de La Rioja)**

Uno de los atractivos turísticos de la Rioja son sus pueblos. La Rioja es una Comunidad Autónoma pequeña con hermosas poblaciones rurales tales como Santo Domingo de La Calzada, Ezcaray, Arnedo, Alfaro, Sajazarra, Viniegra de Abajo, Torrecilla de Cameros, Leza de Río Leza, Briones, etc.

Llevar el Food Truck de pueblo en pueblo animará la vida social de los mismos contribuyendo a la unión de la sociedad urbana con la del mundo rural. Generará experiencias únicas e imprevistas fomentando el turismo rural. No se puede avanzar hacia el futuro sin perder de vista el pasado. La despoblación de los pueblos en La Rioja es un factor de riesgo para el futuro de la Comunidad, que la Administración intenta subsanar con subvenciones y ayudas a jóvenes que compren o alquilen una propiedad en estos. El Food Truck puede ser una herramienta para la activación y mejora del desarrollo rural en La Rioja.