



CANALES

Dentro de nuestra idea de negocio debemos determinar la manera en la que distribuiremos y comunicaremos nuestra aplicación. Nuestro cliente objetivo forma parte de un segmento de difícil acceso en nuestra sociedad por lo que será determinante los canales que hemos escogido.

A veces la estrategia de marketing online es una herramienta clave para los canales por su gran difusión, más si nuestra idea de negocio se centra de una app. Internet es un gran canal para hacernos llegar a nuestros clientes potenciales.



Tras un análisis de este punto hemos acordado que estos son los objetivos dentro de los canales de nuestro modelo Canvas:

-  Difundir e informar sobre la oferta de nuestra app para ayudar a personas que padecen un TCA.
-  Dar a los clientes el conocimiento de cómo hacerse con nuestros servicios, contar con profesionales y el equipo del que disponemos, así como información y consejos para identificar el TCA.
-  Propiciar un servicio postventa, es decir, una vez concluido el proceso de ayuda al paciente, darle unos servicios para poder mantener ese nivel de estabilidad.

Nuestra aplicación va a tener, al principio, un radio reducido a la Comunidad de Madrid. Debido a nuestra iniciación en el mundo del emprendimiento no contamos con recursos para poder cubrir las necesidades de todo un país. Una vez que vayamos mejorando nuestro servicio y obteniendo más recursos aprovecharemos para extendernos por el resto de las comunidades autónomas.

Para hacer llegar nuestro servicio al máximo número de clientes potenciales, vamos a utilizar las siguientes plataformas para que puedan descargarse la aplicación:

- ❖ **Tiendas oficiales de apps:** es nuestro canal más recomendable ya que como ventaja tienen un sistema que nos gestiona la publicidad, los pagos por descarga y propios de la aplicación.



- ❖ **Tiendas no oficiales de apps:** aquí podremos distribuir nuestra aplicación a dispositivos Android.



- ❖ **Descarga web:** en nuestra propia página web habrá un enlace destinado a la descarga de la aplicación.



Nuestro objetivo principal es que la gente se descargue la aplicación, pero para que la conozcan deberemos promocionarla por cuenta propia, ya que no es suficiente con la promoción que realizan las tiendas de aplicaciones.

Una manera eficaz de promocionar la app es mediante campañas de marketing, pero hay que ser responsable ya que nuestra app va dirigida a un sector vulnerable, por lo que la publicidad no deberá fomentar ningún tipo de enfermedad.

Utilizaremos los siguientes canales de comunicación para hacer llegar la información a nuestros clientes potenciales:

- ❖ **Medios de comunicación**, como la prensa, ya que tienen una gran influencia sobre la opinión del público.
- ❖ **Redes sociales**, ya que hoy en día forman parte de la vida de las personas, sobre todo de usuarios jóvenes los cuales son más influenciable. Pudiendo ayudar a evitar la fomentación de los TCA. 
- ❖ **Blogs especializados**, donde hablen del tema seriamente y sean fiables.
- ❖ **Stands móviles**, en centros de salud y hospitales.



Hay que tener en cuenta que no se puede ir en busca de los clientes ya que, al tratarse de un tema tan delicado, hay que tratarlo con tacto por lo que no se puede suponer a simple vista o señalar que alguien padece este tipo de trastornos, así dejaremos que los interesados se acerquen.

→ El stand será bastante sencillo:



Consistirá en un panel con un mensaje sencillo para captar la atención de nuestro target, una mesa, una tablet para mostrar de manera dinámica la aplicación y un par de sillas para poder conversar cómodamente.

Nuestro objetivo es hacer ver al cliente que esta aplicación es una herramienta de ayuda en la que puede confiar.

Por lo que, en este primer contacto, nos centraremos en escuchar al individuo, entender sus necesidades y buscar la ayuda adecuada que le podríamos facilitar.

De esta manera ejercemos la función de informar acerca de la app, su uso y beneficios.

Son puntos de ayuda básicos para que la gente empiece a conocer la app.

