

CANALES

- Canales de comunicación:

Para que nuestros clientes se sientan atendidos a diferencia de otras aplicación o páginas web necesitamos ser más cercanos a ellos. Esto es un gran desafío para la empresa que se solventan con una continua comunicación mediante canales como:

- La aplicación, mediante la cual, además de poder acceder a los contenidos y ser un punto clave de contacto directo, los clientes tendrán noticias e información sobre estos o sobre la localización y fechas de las charlas físicas.
- Otro punto mediante el cual pueden obtener información son las redes sociales, que usaremos para hacer publicidad. Por lo tanto, en ellas se podrán enseñar las novedades, e incluso crear cuentas de la app donde subir nuevos datos de los próximos contenidos a acompañados de fotos, etc.
- Contaremos con un número de teléfono dedicado a atención del cliente mediante el cual resolveremos todas las cuestiones que se puedan producir y ayudaremos con todos los problemas que les puedan surgir a nuestros clientes.

Estos métodos están pensados para ser más constantes y cercanos a los usuarios, ya que, al no tener una tienda física a la cual dirigirse, puede llegar a ser una desventaja, dependiendo de los gustos de ciertos clientes.

Otro punto importante para el negocio, son los canales de distribución que en su mayoría coinciden con los de venta:

- Desde la propia app, como ya hemos dicho, podemos acceder a los contenidos, que es lo que ofrecemos dentro de la plataforma, es decir, el equivalente a el “producto” que vendemos.
- La forma de obtener la aplicación es mediante el uso play store, iOS, y demás sistemas operativos disponibles, lo que significa que cómodamente podemos encontrar en poco tiempo nuestros contenidos en el móvil u ordenador.