

CANALES

Para que las gafas antidiscriminación sean un producto conocido por las empresas y por los futuros clientes a nivel mundial, se llevarán a cabo diferentes estrategias. En todo momento, lo que se busca mediante los canales de comunicación elegidos es rapidez y eficiencia.

Por una parte, para proporcionar la propuesta de valor a los consumidores y comunicarse con ellos, se tienen en cuenta los canales de comunicación **online**. En primer lugar, las redes sociales se consideran un buen recurso para fidelizar y atraer nuevos clientes, ya que la mayoría de las personas utilizan estos sistemas en su día a día para informarse. De este modo, se creará un perfil en diferentes espacios como **Twitter, Facebook e Instagram**, donde se actualizará el contenido del producto con videos explicativos sobre su funcionamiento y sus características.



En segundo lugar, se elaborará una **página web** donde se pondrá en conocimiento toda la información del producto. Como por ejemplo, el material del que está fabricado, para que sirven, el valor del producto y sus tarifas, las novedades, etc. En ella también se facilitará un número de teléfono y un correo electrónico de contacto para que los posibles compradores puedan ponerse en contacto con la empresa y resolver todo tipo de dudas e inquietudes. Además, se utilizará como canal de venta. Es decir, será el medio mediante el cual los clientes podrán hacer sus pedidos.



Por otra parte, se hará uso de los canales de comunicación **offline**. Se participará en diferentes **ferias de tecnología e innovación** donde se expondrá el producto y se buscará acercarse a nuevos clientes. Como por ejemplo, las ferias sobre tecnología

que se realizan en el IFEMA. Aquí se pueden destacar varias como *ExpoÓptica* y *Digicom*. También se valorará realizar alguna ponencia en alguna feria internacional como la *Electronic Components & Materials Expo 2022* en Tokio (Japón).



También, se valora realizar **comité** con las personas responsables de las empresas y los organismos públicos a los que se quiere llegar. En este caso, se acordarán citas individualmente con cada representante para poder explicar el funcionamiento y las características del producto mediante los recursos online que ya están creados. Aunque los futuros clientes son los profesionales que trabajan a pie de calle, se tendrán estas reuniones para optar a la venta de las gafas de antidiscriminación.

Finalmente, para la **distribución de nuestro producto** el canal utilizado será la empresa de transporte DHL, pues es el líder mundial en la industria de la logística y está especializada en envíos internacionales, servicios courier y transporte.