

5. CANALES:

Las principales vías para comunicarse con el cliente o con los distintos segmentos de clientes.

1. Teléfono

Pese a su tradicionalidad, el teléfono todavía es una opción indispensable para las empresas y por eso en nuestro caso tendremos un teléfono fijo. Aun con los nuevos canales de comunicación estando cada vez más comunes debido a la difusión de la tecnología, no debemos dejar el teléfono de lado. Está demostrado que muchos clientes de confianza y nuevos clientes que quieren información utilizan el medio del teléfono lo que hace que sea una opción exigida para nuestra tienda.

2. Correo Electrónico

Nosotros tendremos un correo porque al mismo tiempo en que el teléfono es todavía una alternativa esencial, el correo electrónico aparece como una posibilidad más económica. Así que disponer el correo como canal de servicio al cliente es también una opción ventajosa, una vez que amplía los canales utilizados y es barato y eficaz.

3. Chat

Así como el correo electrónico, el chat también representa una opción más económica. Además de eso, la solución es considerada una de las alternativas que más atienden a las demandas de los consumidores modernos. Es una de las alternativas para recibir críticas o elogios de nuestro trabajo esto nos hace ver si tenemos que cambiar algo en nuestro trabajo diario.

4. WhatsApp:

Nos va ayudar a tener mejor contacto con los clientes, a tener una automatización de pedidos, a tener reservas de citas para pruebas de ramos, a tener resoluciones de preguntas relacionadas con las flores disponibles o de temporada o la resolución de preguntas relacionadas con el establecimiento como horario, localización, catálogo de productos ,etc.

Las principales vías para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente o a los segmentos de clientes.

Redes Sociales:

Telegram:

Tendremos que crear un bot que realice las publicaciones de nuestra campaña de marketing. Una de ellas es hacer que cada vez que compartamos algo en el blog o en redes sociales llegue automáticamente a los miembros del canal, un factor muy importante en nuestra empresa.

Facebook:

Nosotros pondremos fotos de nuestra floristería, bocetos, tocados, cestas, boutonniere y más cosas para que el cliente mire de que somos capaces y según vayamos haciendo iremos actualizando las fotos. En alguna foto pondremos algún mensaje apropiado para ganarse a los clientes. Todo esto comentado generará mucha publicidad porque hoy en día tanto los jóvenes como la gente de mediana edad está actualizada a este mundillo. Tanto en la fachada de nuestra floristería como en la furgoneta que tengamos incluiremos nuestro facebook. Esta red social también es gratis.

Instagram:

Usaremos esta red social para colgar fotos y vídeos relacionados con los trabajos de floristería que hagamos (bocetos, tocados, cestas, composiciones florales realizadas de alguna boda...)

Se colgarán todo tipo de fotos y vídeos que tengan que ver con el trabajo que realicemos. Lo bueno de esta red social es que también es gratis y que hoy en día es la más utilizada. Incluiremos nuestro nombre de Instagram en la fachada de la floristería y en la furgoneta que tengamos.

Patreon:

En el patreon el cliente tendrá que pagar una cantidad de dinero al mes donde los suscriptores pueden saber más sobre nosotros por ejemplo en la aplicación tendrán opciones para ver videos, documentos, fotos... Sobre el trabajo que realizamos.

Pagando más tendrás más alternativas.

Youtube:

Es un sitio Web que permite a sus usuarios subir vídeos para que otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera online. Realmente, es una especie de televisión, todo el mundo puede crear una cuenta en ella y ofrecer sus propios vídeos al resto del mundo. Nuestro objetivo es dar voz para que la gente se fije en lo que hacemos es una manera de promocionar nuestro local.