

CANALES

La manera de distribuir de ECOCOME será business to customer, la empresa llega directamente desde nosotros hasta los consumidores de nuestros servicios.

Para llegar a vender los productos, se llegará a la clientela a través de una APP (que tendrá la función de persuadir, incentivar una vida sana y por supuesto crear el perfil de los futuros clientes), aunque también habrá un local físico (pero no abierto al público) que servirá simplemente como central de la empresa para almacenar, empaquetar y distribuir nuestros productos de cara a los ecocomedores.

Pero este método APP, será simplemente para vender el producto, ya que pensando en la publicidad de la empresa, se abrirán portales ajenos para poder anunciar mediante las redes sociales. Las cuentas se gestionan desde el departamento de RRPP y se busca generar contenido divertido y de carácter educativo en cuanto a la dieta y la vida sana. Además se busca presentar diferentes retos (como ser el ecocomedor del mes) o ideas interesantes y útiles (ECOTIPS) para generar audiencia por medio de los challenges y entretenimiento constante. Incluso se tratará de proporcionar información avanzada o incluso exclusiva para los usuarios.

- La red social principal será Instagram, ya que es una de las tres plataformas sociales más consumidas por nuestro público clave en España. El usuario se está promocionando y anunciando desde el

minuto 0 para atraer público al que venderle por la vista el producto. Los stories se actualizan con una frecuencia diaria y los posts con una frecuencia semanal.

- Otra red social que se tiene en cuenta es TIKTOK, cada vez se está dando a conocer más esta plataforma y es incluso consumida en algunos grupos de edad con más frecuencia que Instagram por los vídeos de humor y pasatiempo idóneo. En este usuario se busca subir cortos con recetas para la inspiración y profesionalidad, vídeos de carácter publicitario e incluso de humor para dar alegría al cliente el día con una sonrisa.

Estos son los principales canales por los que se podrá encontrar la empresa, pero de cara a una segunda fase de ella, se busca poder ampliar este aspecto.