



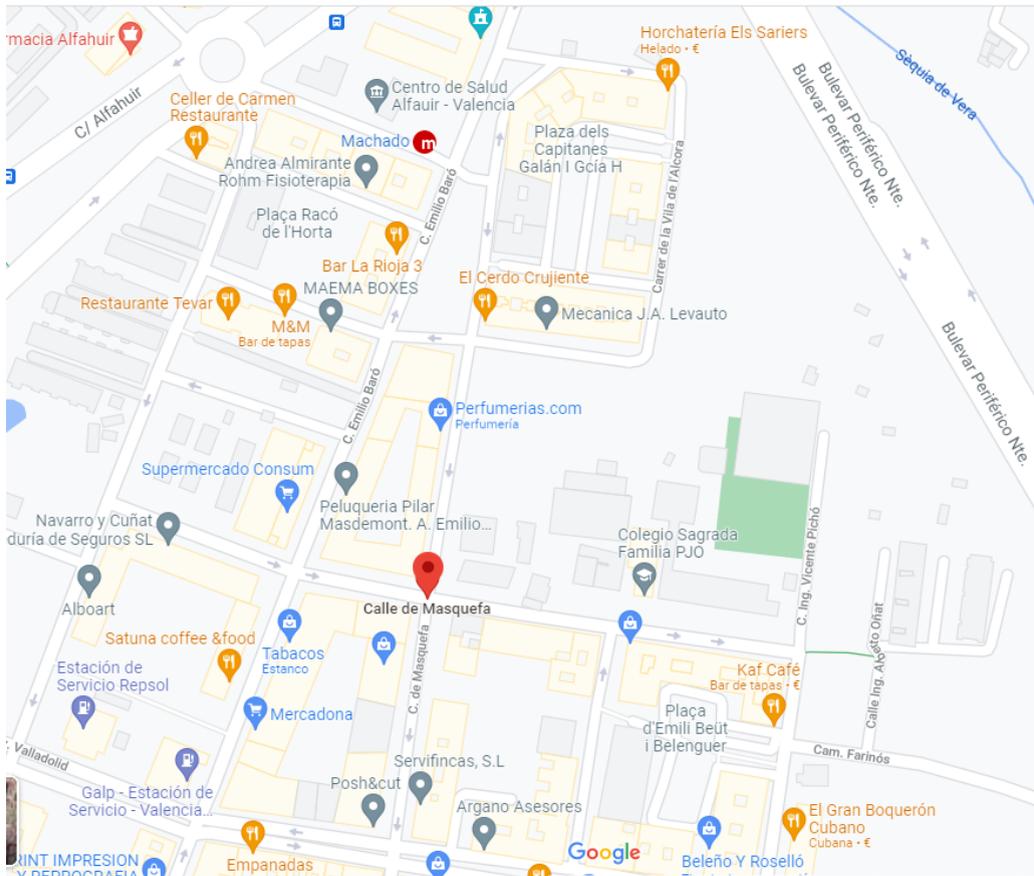
ÍNDICE:

1. Los canales de Venta
2. Los canales de Distribución
3. Canales de Comunicación

1. CANALES DE VENTA.

- Directos: Para acceder a nosotros la principal vía es en **tienda física** la cual se encuentra en la Calle Masquefa, en Benimaclet, (46020) hemos escogido esta ubicación por que se encuentra cerca del Centro de Salud Alfauir-Valencia, también está cerca de muchos supermercados y está cerca de servicios públicos como el tranvía o el metro.
- Precio del alquiler de 1750€ al mes.





2. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Nuestra empresa no dispone de canal de distribución, ya que ofrecemos un servicio y no un producto. Además, el único lugar donde ofrecemos nuestros servicios es en nuestro local, por lo que en definitiva, no disponemos de canal de distribución.

3. LOS CANALES DE COMUNICACIÓN

Nuestros canales de comunicación son:

- Nuestra página web: www.iremia&relax.com (para pedir cita e informarse de nuestros servicios).
- **Whatsapp** 622 49 86 30 (para pedir cita)
- **Instagram:** [@iremia&relax](https://www.instagram.com/iremia&relax) (para publicar los servicios que ofrecemos, ofertas que ofrecemos)

- **Twitter** [@iremia&relax](#) (para dirigirnos a la gente de manera más cercana, a través de tuits)
- **Tik Tok** [@iremiaandrelax](#) (hacemos vídeos informativos sobre los beneficios que aporta nuestros servicios para la salud)
- **Facebook** [@iremia&relax](#) (para publicar publicaciones que puedan captar nuevos clientes)
- **Gmail** iremiayrelax@gmail.com (realizamos email marketing)

PLAN DE COMUNICACIÓN

1. **VIDEO ONLINE**

ACCIÓN: video on line que se emite en Youtube

OBJETIVOS: conseguir visualizaciones y cobertura.

Son anuncios saltables, pero sólo contabiliza como impresión si el usuario ve todo el anuncio. Si sólo ve los primeros 5", la impresión no se contabiliza como vista. Es por tanto interesante impactar en estos 5" porque es una visualización a coste cero.

Por tanto, aquí está el anuncio de Iremia:

<https://www.youtube.com/watch?v=br5ABBTesv8c>

2. REDES SOCIALES

INSTAGRAM - STORIES



Es un formato publicitario que genera un alto alcance e impacto.

El spot ha de ser de 15" en formato vertical. La imagen se puede también integrar entre los Instagram stories de los usuarios, garantizando máxima visibilidad.

TIK TOK - PATROCINIOS

Tik Tok es la cuarta red social con mayor cobertura. Es de las redes sociales con más potencial de estos últimos años. Dónde hay tanto público joven, como últimamente adultos. Se segmenta por edad, género e intereses.

FACEBOOK - PUBLICIDAD EN FORMA DE PUBLICACIONES Y UTILIZANDO ETIQUETAS

Facebook es la primera red social con mayor cobertura y número uno en usuarios.

El 52% de los perfiles registrados en Facebook tienen entre 18 y 39 años. Le sigue la franja entre 40 y 64 años (42%) y cierran los mayores de 65 años (6%).

IREMIA

TU TE RELAJAS, NOSOTROS HACEMOS EL RESTO

MASAJES

AL

50%

APROVECHE AHORA

IREMIA

IREMIA

OBTÉN UN 20% EN TU PRIMERA VISITA

IRE

SALE · SALE · SALE

Índice [Ocultar]

- Las redes sociales más usadas en el mundo
 - Facebook: 2.740 millones de usuarios
 - YouTube: 2.291 millones de usuarios
 - Instagram: 1.221 millones de usuarios
 - TikTok: 800 millones de usuarios
 - QZone: 617 millones de usuarios
 - Sina Weibo: 511 millones de usuarios
 - Snapchat: 498 millones de usuarios
 - Pinterest: 442 millones de usuarios
 - Reddit: 430 millones de usuarios
 - Twitter: 353 millones de usuarios

En **Iremia** hemos elegido usar las plataformas de Instagram, Tiktok y Facebook para darnos a conocer en las redes sociales.

STREET MARKETING (mezcla de digital y off-line)

Nuestra principal **campana de street marketing** será llevar camillas a la playa de la Malvarrosa y hacer pruebas gratuitas de algunos de nuestros masajes, para que la gente conozca alguno de los servicios que tenemos y aprovecharemos para dar el ganador del sorteo, que será el siguiente: un sorteo donde podrás tener sesiones gratis que se elegirán a través de nuestras redes sociales como Instagram y TikTok. Las personas que ganen recibirán una invitación donde pondrá la hora de la sesión y la podrá cambiar cuando quiera en un plazo de 7 días. El punto de encuentro será en nuestro local se darán 3 ganadores con 3 actividades a elegir el primer ganador, 2 actividades a elegir el segundo ganador y 1 actividad a elegir el tercer ganador.

OTROS MEDIOS DE NUESTRA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN:

ON-LINE:

- **Web:**

A través de nuestra web se podrá acceder a la información del local dónde habrá una breve

explicación de nuestras actividades, de su funcionamiento junto a fotos de estas y el video presentación .En esta también estarán disponibles nuestros precios.

-EMAIL Y NEWSLETTER

Enviaremos correos electrónicos informativos de nuestras rebajas o de promociones exclusivas por registrarse

OFF-LINE

- **Evento/charla promocional en la universidad:**

Pedir prestado el salón de actos oficial de la universidad con el fin de que los alumnos asistan a **una jornada** de un día entero donde nos escuchen e interactúen con nosotros de manera que se interesen por el servicio que ofrecemos. La idea es ir sobre todo a la facultad de psicología de manera que los estudiantes se conviertan en nuestros prescriptores.

- **Entrevistas de radio:**

Pedir que se nos concedan entrevistas en la radio para que nuestro servicio pueda ser promocionado a un público más amplio y no a un segmento específico.

- **Flyers por Valencia/comercios de la zona:**

Repartir los folletos, dípticos y trípticos necesarios por la zona en que nos situemos o incluso por el centro de Valencia para que la gente esté al tanto del nuevo local y los servicios que se ofrecen. No nos centramos solo en el público residente más cercano a nosotros ya que nuestro local estará situado cerca del transporte público.

Contamos con una base de datos en la cual a cambio de que el cliente nos aporte su nombre y apellidos entre otros datos, como puede ser la edad, le ofrecemos un 50% de descuento en su primer masaje (esto se realizaría con clientes que todavía no hayan consumido nuestros servicios)

Además, una vez terminado el masaje deberán pasar por recepción para el cobro y ahí les ofreceremos un carnet de fidelización, con el que podrán ir acumulando puntos para obtener descuentos en futuros servicios.

EJEMPLOS DE CARTELES Y FOLLETOS QUE SE PUBLICARÁN EN LAS DISTINTAS REDES SOCIALES.



