

CANALES

Una de las principales vías de comunicación es la publicidad a través de anuncios en televisión, radio o periódico. Por ello, esta será la forma de comunicación para nuestro principal segmento de clientes.

Para el anuncio de televisión o de radio escogeríamos las horas punta, de 20:30h-2:00h y 6:00h-12:00h, respectivamente.

El precio del anuncio televisivo puede ir desde los 400€ a los 25000€, todo esto depende de la cadena televisiva, la hora en la que se reproduzca y los segundos que dure el anuncio.

Un anuncio en la radio, siendo una cuña de 20 segundos, puede ir desde los 182€ hasta los 13.500€, esto depende de la cadena de radio, el programa de la cadena y las horas en las que se reproduzca.

El coste de promocionarse en el periódico va desde los 1730€ hasta los 54000€, esto depende de la extensión de la publicidad, si es media página o una página entera, y el periódico en el que te promocionas.

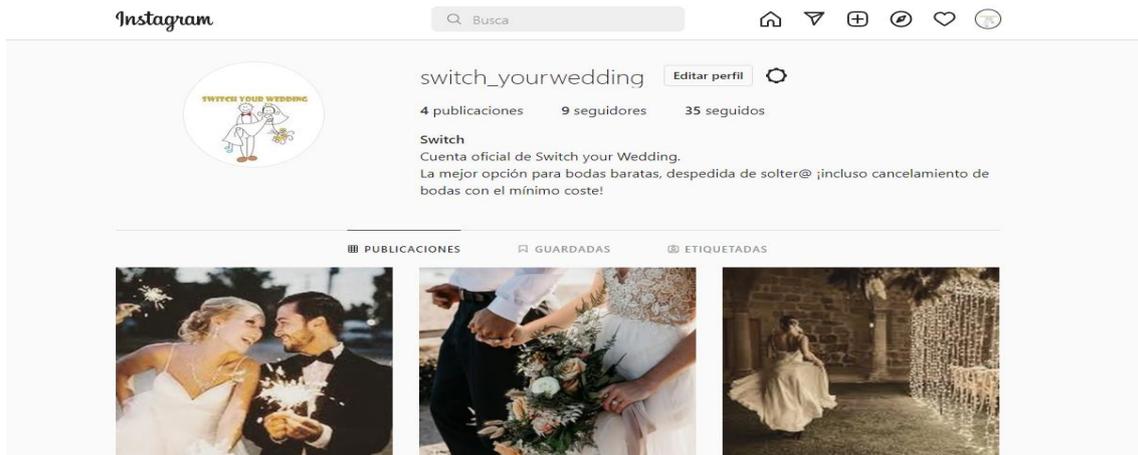


Habiendo realizado un estudio de los precios de los distintos tipos de publicidad, la empresa optará por un anuncio en radio y en televisión. Esta decisión se basa en que son dos de las fuentes más escuchadas y a pesar de los altos costes, saldría rentable.

Para llegar a más clientes también nos promocionaremos en nuestras redes sociales, principalmente en Instagram y Facebook, en los cuales ya tenemos una cuenta de empresa habilitada en la que muestra información por si el cliente tiene alguna duda. Los nombres por los que nos podéis encontrar son los siguientes:

CUENTA INSTAGRAM: Switch_yourwedding

CUENTA FACEBOOK: Boda Wedd



En el caso de la primera aplicación nos permite llegar a un público más jovenⁱ, en cambio los consumidores de Facebook entran en otro segmento de edadⁱⁱ, lo que nos permite abarcar ambos campos y expandir nuestra empresa más fácilmente.



Por ello Facebook está orientado a captar los clientes a corto plazo, debido a su cercana edad con la media de matrimonios e Instagram está dirigido a los clientes potenciales de largo plazo, es decir en los próximos 5-10 años, ya que es un público más joven y que en su mayoría les queda más tiempo para casarse.

Otra forma de comunicación es el marketing directo. Enviaremos información u ofertas de nuestra empresa al correo postal o electrónico y repartiremos o enviaremos nuestros catálogos (impresos o en la red).

Nuestra empresa es la intermediaria entre el consumidor; las distintas parejas, ya sean las que se van a casar con un bajo costo, las despedidas de soltero/a, las que han decidido anular su matrimonio y el fabricante; la empresa organizadora de bodas y de despedidas.

ⁱ <https://thesocialmediafamily.com/estadisticas-uso-instagram/#:~:text=ESTAD%C3%8DSTICAS%20DE%20USO%20DE%20INSTAGRAM%20EN%20ESPA%C3%91A,->

[Instagram%20marca%20un&text=La%20mayor%C3%ADa%20de%20sus%20usuarios,al%20menos%20por%20el%20momento.](#)

ⁱⁱ <https://www.epdata.es/datos/usuarios-redes-sociales-espana-estudio-iab/382>