

CANALES

Un canal es todo aquel medio que conecta tu proyecto con tus clientes, comunicando y entregando la propuesta de valor para dicho segmento de clientes. Podemos definir el canal como todo aquel medio a través del cual nos comunicamos con los clientes y les hacemos llegar la propuesta de valor.



El principal canal de comunicación de la fundación para contactar con las familias de los enfermos con cáncer será el oral; aunque también nos anunciaremos a través de las pulseras, de redes sociales, nuestra página web y de la publicidad que nos haga el propio hospital. Por otra parte, para publicitar nuestras pulseras, realizaremos una repartición de estas entre negocios de Basauri para que la gente pueda comprarlas en distintos establecimientos, y además, los voluntarios también tendrán la oportunidad de venderlas, para de esa manera llegar a más gente

Comunicación con el cliente

Las fundaciones cada vez se van profesionalizando más, y esto lo podemos ver en que cada vez, éstas, se dan a conocer a través de más variedad de canales. Por esa razón, nosotras hemos apostado por utilizar diversos tipos de canales cada vez



más utilizados; estos serían: redes sociales (instagram), vía oral, página web, etc. En instagram nuestros clientes podrán encontrar continuamente información sobre los proyectos que se realizarán, información esencial para contactar con la fundación y los horarios en los que acudirán los voluntarios al hospital, así como las mejoras que se produzcan en la sala del hospital. Estos serán los materiales de marketing que emplearemos para el desarrollo y visibilización de nuestras actividades.

Para que la información acerca de nuestro proyecto llegue de forma adecuada a los destinatarios deseados, contactaremos con personas influyentes en este ámbito; como el futbolista Yeray Álvarez u otras personas conocidas, que nos ayudarán a dar visibilidad a la fundación. Además, contamos con la publicidad del resto de medios y canales con los que trabajaremos.

Las pulseras tendrán un aspecto atractivo para llamar la atención de más clientes, y eso ayudará a que la gente se fije en ellas y les llamen la atención, esto a su vez

será beneficioso para la venta de las pulseras, y para que la información acerca del proyecto llegue a más gente.

Distribución

Para vender las pulseras, estas irán envueltas en bolsitas pequeñas de tela; ya que son reutilizables, y que de esa manera, ayudarán a reducir el consumo desmesurado de plástico.

En la venta de estas, participarán los voluntarios que colaboren con la fundación y distintos comercios de Basauri, que harán de intermediarios durante el proceso de venta, vendiendo a terceras personas de forma directa, o contactando con distribuidores que nos ayuden a encontrar posibles clientes. Además, en nuestra página web, a pesar de que desde ahí no se podrán comprar esas pulseras, tendremos un apartado en el que estarán señalizados todos los puntos de venta.



Nuestros canales se integrarán con las rutinas de nuestros clientes a través de la venta de pulseras, ya que se venderán a las personas con las que convivimos día a día, ya sea en clase, en las actividades extraescolares o con las familias.

Además, como los voluntarios acudirán al hospital también los consumidores tendrán la oportunidad de contactar con ellos y conocerlos.

En el ámbito de la concienciación, al tratarse de una fundación que colabora con el hospital de cruces y que realiza actividades destinadas a mejorar la estancia de los familiares de las personas con cáncer, tenemos el beneficio de que el tema que tratamos está ya muy introducido en la sociedad, y por tanto, la gente ya está bastante concienciada con este. Por esa razón, suponemos que muchos de nuestros clientes, por el hecho de realizar una buena acción por la sociedad, o simplemente por contribuir a intentar encontrar una solución a este problema, colaborarán comprando pulseras, o donando objetos que serán útiles en el proceso de creación de la sala.

A través de los canales que vamos a utilizar para informar sobre nuestra organización el cliente tendrá la oportunidad de evaluar la proposición de valor, ya que se muestran los servicios que ofrecemos y cómo se pueden acceder a ellos. Con la información proporcionada podrán observar el compromiso que los voluntarios tienen con la organización y cómo llevan a cabo diversos proyectos para contribuir al objetivo de la fundación, es decir, mejorar la estancia de los familiares de los pacientes de oncología.

Finalmente, si la información proporcionada a través de nuestros canales no sería suficiente para los consumidores tendrán la oportunidad de contactar tanto con las fundadoras de la fundación como con los voluntarios por las redes sociales (instagram, correo electrónico) o de manera personal cuando los voluntarios acuden al hospital.