



CANALES

Comunicación

Nos centramos en la presencia web para mostrar a los potenciales clientes nuestros servicios. Una página web es imprescindible para darnos a conocer y facilitar nuestro contacto. Dentro de esa página web, generamos contenido audiovisual con ejemplos de intervenciones de nuestro producto, en casos reales o simulados, que generen necesidad causando un gran impacto.

Paralelamente la presencia en redes sociales es vital para potenciar la visibilidad de nuestro producto, generando virales que se difundan espontáneamente por la población. Estamos valorando la colaboración con influencers o youtubers como chetoo , vicesat, Ibai. O directamente con caras conocidas que sean la voz de la experiencia del mundo del auto, tipo Carlos Sainz, Nani Roma, Fernando Alonso...

Por último un equipo comercial liderado por el equipo directivo será la cara visible de la empresa.

Venta

Nuestro cliente potencial es el ministerio de interior o las comunidades autónomas y sus servicios de emergencia .Aunque se podría diversificar el producto y proyectarlo al ámbito de la seguridad privada y compañías aseguradoras.

La vía principal de venta será directa y presencial, de nuestro equipo directivo con los representantes públicos que ostenten las funciones de gestión de recursos o de desarrollo y mejora de servicios de emergencias. Aunque finalmente nuestras ventas dependen de licitaciones y/o concursos públicosParalelamente un equipo comercial se centrará en el ámbito privado.En la página web y redes sociales estará presente el contacto telefónico y electrónico

Distribución:

El producto se distribuirá e instalará por los técnicos de fly care sin intermediarios logísticos ni subcontrataciones. Las diferentes acciones estarán coordinadas con los diferentes organismos públicos competentes.El mantenimiento y las reparaciones podemos subcontratar en función de la distancia con nuestra central . Pero la intención es ofrecer un servicio integral.