

## CANALES

### Canales de distribución y venta:

Como nuestro negocio es completamente digital, no necesitamos ningún tipo de infraestructura física ni punto de venta personal. Por lo que las técnicas de distribución que utilizaremos son las siguientes:

**1. Tiendas de aplicaciones:** La primera opción son las “tiendas de aplicaciones” como canal de distribución. Por supuesto, al ser una aplicación para todo tipo de dispositivos inteligentes, este tipo de tiendas son las más adecuadas para la distribución de nuestros servicios por el hecho que todos los dispositivos tienen su propia tienda para descargar las aplicaciones ya sea la “Play store” para Android, la “App store” para los que cuentan con un sistema de Apple.



Google Play

**2. Crear una versión web móvil de su aplicación:** La creación de una versión web móvil, es una excelente manera de permitir una amplia distribución fuera de la audiencia de teléfonos inteligentes.



**3. Página web:** Además de nuestra aplicación, también [disponemos de una página web](#) dirigida especialmente a los ordenadores o tablets. De esta forma, se podrá acceder a nuestros servicios desde todo tipo de dispositivos y es una ventaja para aquellos que prefieran no descargarse una app quizás por falta de almacenamiento en el dispositivo electrónico, pero con menos información para así premiar a las personas que descargan la app.

**4. Precargas:** Este es un método de distribución dentro de las aplicaciones que requieren pago. Consiste en que cuando una persona se instala una aplicación para su dispositivo esta le obliga a instalar una nueva para poder utilizar la primera. De esta forma nuestra aplicación podrá darse a conocer más ya que tendremos contratos con algunas apps muy demandadas para que, cuando alguien desee instalarla, primero tendrá que obtener la nuestra. Esta será una manera de llegar a más clientes, especialmente durante el lanzamiento de la app.

## **Canales de comunicación:**

La política de comunicación de una empresa es la encargada de promover la compra de los servicios o productos de esta. Es un proceso que consiste en una conexión de doble sentido en el que se envía un mensaje con un propósito y se espera una reacción del que lo recibe.

Respecto a la **publicidad**, utilizaremos los siguientes canales de comunicación:

**1. Anuncios en las redes sociales:** Especialmente invertiremos en anuncios publicitarios en Instagram, a través de stories o publicaciones emergentes.

### **2. Publicidad en otras aplicaciones y páginas**

**webs:** También queremos aprovechar otras apps y páginas web del sector de la alimentación para darnos a conocer a través de banners o anuncios y donde aparezca el enlace que te dirija directamente a nuestra web.

**3. Publicidad exterior:** Dependiendo de nuestro presupuesto también podríamos promocionarse a través de las marquesinas o vallas publicitarias que contengan imágenes una frase muy llamativa.



## Otras estrategias de comunicación:

**1. Redes sociales:** La primera de ellas y la cual le hemos dado más importancia son las redes sociales, por el simple hecho de que a día de hoy en nuestra sociedad lo más utilizado por los ciudadanos son cada una de ellas, por eso las hemos priorizado. Con ellas nos podremos dar a conocer a nuevos clientes y también informar de posibles actualizaciones u ofertas nuevas que hayan. A través de ellas queremos ofrecer a nuestro clientes actuales y potenciales información de valor y que llame la atención. Las redes sociales en las que vamos a estar presentes son:

- **Instagram** ya que es muy útil para mostrar nuestros servicios y novedades, así como o proyectar también los mensajes vinculados a los valores que persigue nuestra empresa.
- **Facebook** porque queremos llegar también a un público más mayor. Al ser la primera red social, los usuarios activos en esta plataforma tienen una edad por encima de los 40 años.
- **Twitter** ya que a través de esta red podremos buscar y transmitir noticias en tiempo real y comunicarnos con nuestros seguidores.

Nuestro principal objetivo es estar muy activos en las redes sociales para estar continuamente en mente de nuestros consumidores.

**2. Mailing:** Consiste en enviar correos electrónicos a través del email para informar a los clientes de las ofertas o novedades que ofrece la empresa. En nuestro caso la utilizaremos además de informar de ofertas de los distintos supermercados también para informar de nuestras actualizaciones, pero esto lo haremos pasados los primeros meses ya que necesitaremos datos de los consumidores.

**3. Notificaciones push:** Las notificaciones push son los mensajes que se envían desde el servidor hasta los dispositivos que tienen instalada la aplicación. Son inmediatas.