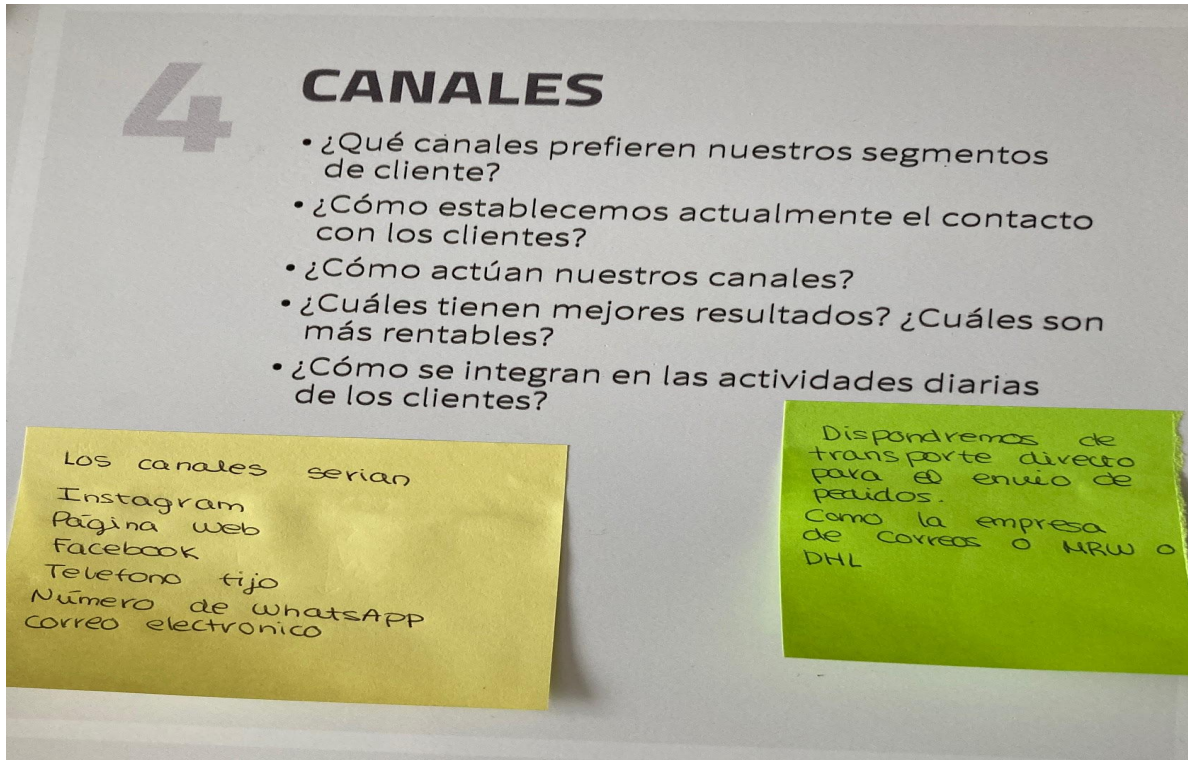


4. CANALES



4 CANALES

- ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de cliente?
- ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?
- ¿Cómo actúan nuestros canales?
- ¿Cuáles tienen mejores resultados? ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

Los canales serían
Instagram
Página web
Facebook
Teléfono fijo
Número de WhatsApp
Correo electrónico

Dispondremos de transporte directo para el envío de pedidos.
Como la empresa de Correos o MRW o DHL

En FEM MODA, los canales que hemos elegido, como vía de contacto principal para nuestros segmentos de clientes, tanto con nuestros clientes que compran nuestras prendas como con las mujeres, son las redes sociales y correo electrónico, además de disponer de un teléfono fijo y un número móvil con whatsapp, que nos proporciona un contacto directo y cercano, en especial hacia las mujeres. A través de estas redes sociales nos daremos a conocer y haremos seguimiento y acompañamiento a las mujeres desde el trabajo en red, al igual que mantendremos esa red de contacto junto a otras entidades sociales públicas y privadas.

Estos canales son un medio que nos proporciona atender y dar vida a nuestro proyecto empresarial. Actualizando de manera continua nuestros

canales, proporcionando una rentabilidad muy buena y activa en el mercado y atención tanto a las mujeres como a nuestros clientes que adquieran nuestras prendas.

Especialmente desde nuestro local, como un espacio abierto y distendido, dándonos un mejor contacto y mejores resultados de trabajo.

El local que hemos elegido para nuestros servicios y donde trabajar nuestro producto, se sitúa en Benimaclet, Valencia. Consta de 40 m², distribuido en 3 estancias un escaparate principal, y con un alquiler de 500€.

<https://www.idealista.com/alquiler-locales/valencia/benimaclet/benimaclet/>

Daremos a conocer, compartir y anunciar nuestro negocio desde las diversas plataformas y redes de comercio social.

Utilizaremos las siguientes redes sociales, donde crearemos cuentas de empresa social propia, para poder anunciar nuestra empresa, y llegar a contacto con las mujeres y anunciar las prendas de ropa que vayan siendo creadas por ellas mismas, con la principal clave, de ser ropa sostenible hecha por la mano de una mujer vulnerable y así apoyar su empoderamiento y conciliación familiar, cuidando también, el medio ambiente, serían las siguientes redes sociales:

- Instagram
- Página web
- Facebook
- Teléfono fijo
- whatsapp
- Correo electrónico

El uso de las RRSS en FEM MODA tendrá dos funciones, una de ellas es llamar y atender a las necesidades y para la atención de mujeres en riesgo

de exclusión social y la otra es vender nuestras prendas y que nuestros clientes vengan a hacerse sus propios arreglos.

Valorando los mejores resultados rentables para nuestra empresa, valoramos otras opciones de anuncio en:

- ❖ Tik tok
- ❖ Telegram

Nuestros canales actúan manteniendo contacto privado con todos los clientes, pudiendo generar más libertad a nivel individual del cliente con FEM MODA, para cualquier duda o compra de prendas.

En nuestra empresa de FEM MODA, también proporcionaremos un canal de transporte, siendo una opción para el envío de prendas por encargo o necesidad prioritaria de los clientes.

Para ello nos apoyaremos y dispondremos de transporte directo para la recogida y envío de pedidos, en concreto a través de una red y convenio de empresas como correos, MRW y DHL.

Estos pedidos nos podrían proporcionar vías de acercamiento incluso a nuestro primer segmento de clientes, las mujeres.

Desde nuestros canales de FEM MODA, se podrían generar vías de contacto telefónico, presencial y online, especialmente, el dirigido hacia las mujeres. En concreto el que nos pudieran llegar derivadas de entidades públicas o privadas, generando una red de contacto o a través de informes sociales, y llegar a conocer, y acompañar mejor a cada mujer, en el proceso y servicio que proporciona nuestra empresa como camino de emprendimiento, empoderamiento y trabajo. Ante todo ciudadano cada encuentro, teniendo presente, la privacidad mutua de nuestros dos segmentos de clientes, tanto la de los clientes y mujeres como la nuestra como empresa FEM MODA.