

Canales

ALA-2 utilizará los canales detallados a continuación, para optimizar la comunicación, venta y distribución de nuestros productos y servicios.

En primer lugar, los **canales de comunicación** empleados para dar a conocer el producto y las ideas que vendemos. Nos apoyaremos fundamentalmente en herramientas publicitarias de **redes sociales**, mediante la herramienta **Meta Business Suite**, que alberga a la mayoría de las redes sociales actuales. En ella compartiremos toda la información necesaria sobre la finalidad que buscamos con nuestros proyectos, así como las ventajas que brindan nuestros servicios. Como otras herramientas digitales, se empleará la plataforma **LinkedIn**, con la finalidad de captar a los empleados con la más alta cualificación para llevar a cabo nuestro proyecto y publicaremos nuestros perfiles profesionales para publicitar indirectamente ALA-2.



Además, ALA-2 participará en eventos como **ferias** de materiales de construcción y de edificación, ingeniería o arquitectura, como **Cevisama y Construtec, TECMA y Firamaco**. Invertiremos en un stand de información y atención al público profesional o asistiendo como público para establecer contactos personales a quienes hacer llegar dosieres explicativos de nuestra propuesta.

TECMA

LAS PROVINCIAS

La startup valenciana que eleva el futuro de la agricultura

FlyDronAir se centra en la agricultura de precisión con drones y trabaja en los tratamientos aéreos, teledetección y siembra



FlyDronAir, la startup especializada en la agricultura de precisión con drones. / LP

SARA BONILLO NAVARRO
Lunes, 12 diciembre 2022, 20:42



Conforme la evolución de la empresa, se valorará la opción de crear un **departamento de Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas**, con el objetivo de alcanzar a la **totalidad del mercado y expandir** incluso **internacionalmente** ALA-2. En principio, de esas labores nos encargaremos los propios gestores del proyecto.

Lo novedoso de nuestra propuesta puede encontrar difusión en los medios de comunicación mediante notas de prensa y otras acciones de relaciones públicas, no necesariamente de pago, dados nuestros limitados recursos.

También estudiaremos el envío de folletos publicitarios a clientes potenciales y a sus organizaciones y colegios profesionales.

IONOS

Por lo que hace la **comunicación directa con los clientes**, es decir, los canales de venta, disponemos además de una **web** (desarrollada mediante la herramienta **IONOS**), de direcciones de correo electrónico así como teléfonos móviles para una **comunicación directa comercial-cliente**, sin intermediarios ni esperas. El trato con el cliente es fundamental para ALA-2, por eso, cada **cliente** tendrá asignado **un único asesor**, que se encargará de la comunicación completa con el representante de la empresa cliente, cuyas necesidades conocerá en profundidad y con quien establecerá una relación profesional personalizada con un **carácter cercano** y familiar, con el objetivo de afianzar una **relación sólida y duradera**.

Los **canales de comunicación y venta**, por tanto, serán **directos** y los gestionaremos con nuestros propios recursos.

Por el contrario, respecto al **canal de distribución** de nuestros productos, optaremos por la **externalización** del servicio para ahorrar recursos. En vez de disponer de flota de camiones y conductores propios, **subcontrataremos** la actividad con una o varias **empresas de transporte por carretera** mediante camiones tráiler.



© ALA-2 S.L

Equipo "Capitane"

