

CANALES

En este documento, detallaremos los diversos canales que puede incorporar nuestro proyecto, proporcionando una explicación completa de cada uno. Para un proyecto de limpieza de bosques, resulta esencial establecer canales efectivos que abarquen la comunicación y la distribución. A continuación, presentamos posibles canales para cada categoría, junto con las fases asociadas a cada uno de ellos.

En canales de comunicación, se pueden identificar tres categorías. El primer tipo corresponde a las redes sociales, donde se distinguen tres fases. La fase inicial implica la percepción, con la publicación de contenido visual y educativo sobre la importancia de la limpieza de bosques. La segunda fase es la evaluación, que incluye encuestas y testimonios de participantes anteriores. La tercera fase es el post-venta, centrada en compartir logros, expresar agradecimientos y proporcionar actualizaciones.

El segundo tipo corresponde al sitio web, donde se reconocen dos ciclos. El primer ciclo abarca la percepción y la evaluación, proporcionando información detallada sobre el proyecto, su impacto ambiental y cómo participar. El segundo ciclo comprende la compra, el registro y las donaciones directas a través del sitio.

Finalmente, el tercer tipo se refiere a la relación directa con el cliente, en este caso serían las instituciones públicas porque son nuestros socios y en cuanto a posibles clientes privados, a través de anuncios pero luego el trato es presencial.

En el ámbito de los canales de distribución, se destacan tres clases principales. El primero de ellos corresponde a los eventos locales, que se distingue por dos etapas fundamentales. En la primera etapa, se lleva a cabo la percepción y evaluación mediante la participación en ferias locales, charlas educativas y eventos comunitarios. En la segunda etapa, se enfoca en la compra, con la presencia de puestos de registro y la posibilidad de realizar donaciones durante estos eventos.

La segunda clase se centra en la alianza con empresas locales. En esta modalidad, se establece una colaboración estratégica con empresas para promover el proyecto a través de sus canales de comunicación. Además, se ofrecen incentivos a los empleados que se sumen activamente al proyecto, generando así una participación más amplia y comprometida.

La tercera clase trata la colaboración con organizaciones ambientales. En este enfoque, se establecen asociaciones con ONGs y grupos ecologistas con el objetivo

de ampliar la conciencia sobre la iniciativa. Una ONG situada en nuestro lugar de inicio podría tratarse de Sagarrak que trata de ayudar al medio ambiente.

La combinación de estos canales dependerá del análisis detallado de nuestra audiencia y los recursos disponibles. Además, el feedback constante y las adaptaciones según las fases del proyecto son clave para el éxito en nuestro proyecto.