



Pablo Durán Pérez de la Fuente, Paula Bayón Alonso,  
Sonia Fernández-Vigil Tejuca y Mateo Muñiz Álvarez

## CANALES

En cuanto a los canales en los que nos vamos a dar a conocer, y sabiendo cómo funciona el mundo en el que vivimos, creemos que la forma más rápida y sencilla de hacer llegar este proyecto al cliente es a través de su promoción en redes sociales. Por tanto, contaremos con perfiles en las redes más importantes (Instagram, TikTok...) para poder llegar a una gran parte de nuestro nicho de mercado.

Con estas vías podríamos jugar con un mensaje publicitario atractivo, que dijese algo así como *Deja de mirar el móvil*. Ya que nuestra experiencia consiste en gran parte en eso, y el potencial cliente estaría recibiendo dicha publicidad a través de un móvil que le invitamos a dejar de usar, creemos que sería original usar mensajes de este tipo.

Por otro lado, nosotros entendemos que no todo el mundo tiene redes sociales, o al menos no todo el mundo las utiliza de forma frecuente. Por este motivo, también nos promocionaremos a través de los comercios a los que acudimos para adquirir nuestras materias primas, es decir, a los puestos que se sitúan dentro del Mercado del Fontán, para así hacer partícipes a nuestros proveedores de otra parte del proyecto.

Además de ello, y siendo Oviedo una ciudad de un tamaño no muy grande, nos gustaría transmitir la información de nuestro proyecto a través de los ciudadanos, es decir, lo que comúnmente se conoce como *de boca en boca*. Pensamos que si una persona le recomienda esta experiencia a un conocido suyo, este se tomará en serio esa recomendación, ya que viene de una persona cercana, y será una manera más cercana de alcanzar a más clientela.

Por último, creemos que sería una gran idea promocionar nuestra experiencia a través de bonos regalo. Si triunfan los famosos paquetes de viajes con numerosos destinos para escoger, y son populares los bonos masaje o spa en los regalos entre parejas y familias, ¿por qué no iría a querer regalarse una experiencia selectiva, de disfrute gastronómico y profundización interior, en la que poder perderse y renovarse?