



Canales

GroomGo 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 a Groomgo

Una estrategia complicada, es una página web la cual puede convertirse en la herramienta ideal para llevar el negocio al siguiente nivel. Este sitio no solo brindará seriedad y profesionalismo, sino que también dará la oportunidad de llegar a tantas personas como quieras sin importar lo lejos que te encuentres.

Otro apartado bastante novedoso para darnos a conocer es el mundo de internet y las redes sociales. El Marketing de Influencers es una estrategia que asocia marcas con influencers para conectar con un público objetivo. Gracias a la capacidad de hablar con su público, los influencers son vistos como representantes de algunas marcas.



Un ejemplo sobre este tipo de marketing fue el de la empresa NUDE PROJECT. Una marca de ropa que empezó en el año 2018 y desde entonces no ha hecho más que ir hacia arriba, mediante diversos métodos como unas oficinas innovadoras y futuristas, con empleados jóvenes perfectos para manejar las redes sociales y captar la atención de sus principales compradores, que son también los propios jóvenes. También, aparte de vender sus productos, también realizan

entrevistas cara a cara o podcasts con entes importantes del mundo del deporte, moda etc. Es por todo esto que nos parece un modelo a seguir, ya que han sabido gestionar y mezclar todas las áreas que atraen a su nicho específico de clientes y sacarles el máximo partido, incrementando así el número de seguidores y de ventas. Gracias a ellos hemos creado nuestro modelo de negocio intentando basarnos en sus estrategias y movimientos que han usado para llegar tan alto.

Conforme nuestra empresa cada vez se vaya haciendo más grande, nosotros iremos tomando decisiones sobre si abrir más locales en las comunidades autónomas dado que actualmente solo se encuentra en Valencia y muy importante sobre el medio en el que nosotros llevemos al cliente lo que nos solicite.

La estrategia del acercamiento trata de utilizar la logística de la distribución para garantizar que la información que se vaya a transmitir (en ambos sentidos) llegue a su destino en buenas condiciones, es decir, sin sufrir distorsiones significativas, y que llegue en el momento preciso.

Para la comunicación directa con los clientes, es decir, los canales de venta, disponemos además de una web (desarrollada mediante la herramienta SQUAREPLACE), de direcciones de correo electrónico de cada uno de los socios de la empresa así como los teléfonos móviles para una comunicación directa comercial-cliente, resaltando que la única manera para alquilar nuestros productos, será mediante esta web, o bien mediante la descarga de nuestra aplicación.