

5. CANALES

Los objetivos de crear diversos canales de distribución y promoción son:

- Visibilidad y conciencia de la marca
- Alcance a un público amplio
- Credibilidad y confianza
- Feedback y participación de los usuarios
- Oportunidades de colaboración
- Adaptación a las tendencias de mercado

5.1 Canales y vías de comunicación

Hemos planteado llegar al público a través de todos los posibles canales de comunicación:

- **Radio:** Empezaremos con la radio de León. Las personas más adultas, así como los más ancianos o los menos actualizados, no son partícipes de usar las redes sociales o el Internet, por lo que consideramos que la radio es un buen canal para llegar a gente de otro rango de edades.



- **Periódico:** Cada vez está menos demandado este canal de comunicación escrita, pero como pasaba con la radio, puede ser beneficioso para nosotros llegar al mayor público posible, y publicar un anuncio en el periódico, sería una muy buena forma de conseguirlo.



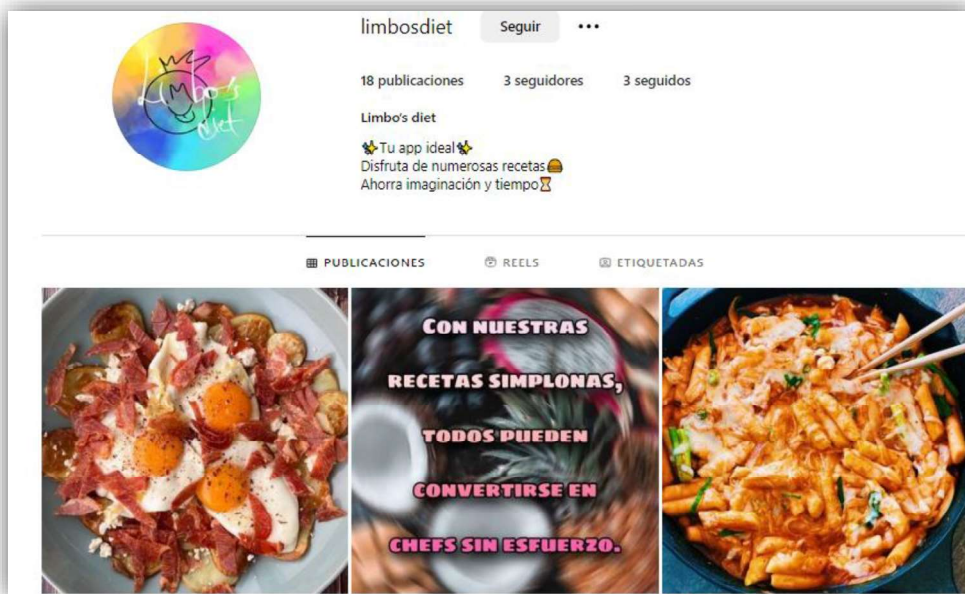
- **Televisión:** Aún no valoramos la opción de publicitarnos en este canal ya que sabemos que es complicado llegar a tener el poder adquisitivo para conseguirlo, no obstante, está dentro de nuestros planes futuros el hecho de que sea un posible canal para nuestra empresa.

Aunque lleguemos a mucha gente con el periódico o la radio, donde realmente nos queremos enfocar es en el Internet y las redes sociales, que son las herramientas perfectas para publicitarnos. Ejemplos de estas serían Instagram, una página web, TikTok, Facebook...

- **Instagram:** Poseemos una cuenta de Instagram en la que hemos cuidado el más mínimo detalle, donde publicamos fotos de muchas de nuestras recetas y vídeos publicitarios así conocidos como “reels”.

El siguiente enlace es el Instagram previamente mencionado:

<https://www.instagram.com/limbosdiet?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>



- **Página Web:** Aunque el Instagram sea nuestro principal canal de comunicación, una web es claramente necesaria, ya no solo para publicitarnos sino para ofrecer información de nuestros diferentes recetarios e información propia de la empresa y sus respectivos socios.

Dicha web está compuesta por la página de inicio donde podemos encontrar una breve presentación de la aplicación. Además, incluye un índice en la parte izquierda donde encontramos más información sobre nosotros, los servicios de los cuales disponemos, una ejemplificación de los menús que ofrecemos, un apartado de fotografías, información sobre nuestro equipo creador de dicha aplicación, y finalmente, un apartado de contacto para posibles dudas o simplemente para poder contactar con nosotros y poder ofrecerles la mejor experiencia posible.



También exponemos los servicios que ofrecemos, y las sugerencias de los diferentes menús dependiendo basados en las preferencias personales del usuario.

Entre los diferentes menús nos encontramos:

- **Recetas cochinote**→ Para aquellos amantes de las comidas sin importar si engorda o no.
- **Recetas ruminates**→ Para aquellos veganos o vegetarianos que desean explorar el mundo culinario.
- **Recetas fitness**→ Para aquellos que desean mantenerse en forma y seguir una dieta equilibrada.
- **Recetas del mediterráneo**→ Para aquellos que desean recordar buenos momentos cerca de la costa o en la montaña.

Además, contamos con los menús premium, los cuales están diseñados para aquellos que deseen una amplia experiencia de nuestra aplicación y con ello contar con nuestros servicios ilimitados, así como la personificación de distintas recetas que cuentan con el control de las calorías determinadas para cada persona. Entre estos nos encontramos dos menús diferentes:

- **Recetas cachitas**→ Para aquellos que se encuentran en un proceso de volumen, donde la construcción de masa muscular es la prioridad.
- **Recetas rayadito**→ Para aquellos que desean conseguir una buena definición muscular y perder grasa corporal.

A continuación, ofrecemos el link hacia nuestra web, la anteriormente mencionada:

<https://limbos-diet1.webnode.es/>

5.1.1 Publicidad

Nuestra publicidad será a través de las plataformas digitales previamente comentadas, principalmente Instagram (@limbosdiet) y nuestra web.

A través de estas plataformas, publicamos contenido como videos y fotos. También son el medio por donde comunicamos a nuestros clientes novedades, ofertas o actualizaciones de la aplicación.

Cada publicación contiene ejemplos de recetas que ofrece nuestra aplicación y busca atraer nuevos clientes.

Por otro lado, queremos que nuestra empresa gane prestigio y esto buscamos conseguirlo a través de las recomendaciones que hagan personajes públicos e instagramers a través de sus redes sociales. El objetivo es que den a conocer nuestra aplicación y realicen vídeos o fotos sobre lo que ofrece nuestra app, como un video tutorial de una nueva receta subida en la app o de lo sencillo que es su uso. Nos planteamos tener colaboradores fijos, como mencionamos en el apartado "Socios clave", valoraremos cuántos o quiénes dependiendo del éxito inicial. Aunque esto supondrá un gasto añadido, ya está previsto.

Ya que las RRSS propias no nos suponen ningún gasto, será un activo muy importante en el inicio de la empresa, pero conseguiremos llegar a un público más amplio gracias a nuestros socios.

Otro medio de publicación, no menos importante, son los Flyers. Estos se encargarán de promocionar nuestro negocio ya que serán repartidos en numerosos lugares, así como en la calle, cerca de academias y universidades, en gimnasios...



5.2 Vías de distribución

Esta posiblemente es una de las partes más complicadas que se puede plantear en la creación de una empresa, en nuestro caso tenemos limitados medios de distribución, los siguientes son los que emplearemos:

1. Tiendas de aplicaciones (App Stores):

La distribución a través de tiendas de aplicaciones como App Store (iOS) y Google Play (Android) es esencial para llegar a usuarios de dispositivos móviles. Los usuarios pueden descargar e instalar la aplicación directamente desde estas plataformas.

2. Sitio Web Oficial:

Ofreceremos la opción de descarga directa desde un sitio web oficial. Esto puede ser beneficioso para aquellos que descubren tu aplicación a través de búsquedas en línea o promociones en redes sociales.

Será un proceso simple. Cuando el usuario pinche en “descargar” le redirigirá a una web donde aparecerá un código QR, cuando lo escanee con su teléfono, se le descargará automáticamente tras aceptar los términos y condiciones.

3. Colaboraciones con fabricantes de dispositivos:

Exploraremos la posibilidad de preinstalar o promocionar tu aplicación en dispositivos móviles en colaboración con fabricantes o proveedores de dispositivos electrónicos.

4. Promoción en redes sociales:

Utilizaremos nuestros perfiles en redes sociales para promocionar y distribuir la aplicación, proporcionando enlaces directos a la descarga.

Los perfiles que usaremos estarán relacionados con el mundo de la cocina, pues sus seguidores estarán interesados en la cocina, por lo tanto, pueden ser unos posibles clientes.

Además, como dos de nuestros recetarios son para gente que se quiere cuidar en el tema de calorías y macrocalorías, los influencers con los que vamos a contactar van a estar relacionados con el mundo del deporte y la alimentación sana.

5. Publicidad online:

Se realizarán campañas de publicidad en línea para dirigir a los usuarios a las plataformas de descarga, aprovechando anuncios pagados en motores de búsqueda, redes sociales y otros sitios relevantes.

6. Campañas de email marketing:

Enviaremos mensajes de correo electrónico a sus usuarios suscritos para informarles sobre la disponibilidad de la aplicación y proporcionar enlaces directos de descarga.

7. Eventos promocionales:

Organizaremos eventos promocionales o lanzamientos en los que los usuarios puedan obtener la aplicación de forma gratuita o con descuentos especiales.

En nuestra zona hay muchos eventos en fiestas rurales tales como “concurso de tortilla” o “día de la empanada”, participaremos en esos eventos con nuestras recetas, para que la gente pueda probar nuestras recetas y de esta manera, conocer más nuestra aplicación.

Además, repartiremos flyers de nuestra app en los gimnasios de al rededor, pues de esta manera conseguiremos abarcar el amplio sector del fitness.

8. Asociaciones estratégicas:

Colaboraremos con otras empresas o plataformas para promocionar y distribuir tu aplicación, como la asociación con servicios de entrega de alimentos u otros negocios relacionados con la gastronomía.

9. Inclusión en programas de lealtad o recompensas:

Ofreceremos incentivos a través de programas de lealtad o recompensas en los que los usuarios puedan obtener beneficios al descargar y usar la aplicación.

10. Empaquetamiento con productos relacionados:

Exploraremos la posibilidad de asociarnos con productos alimenticios o utensilios de cocina para incluir información sobre nuestra aplicación en sus empaques.

11. Comunidades en línea:

Participaremos activamente en comunidades en línea relacionadas con la cocina y la gastronomía, compartiendo información sobre la aplicación y proporcionando enlaces de descarga.

12. El boca a boca:

Fomentaremos la recomendación de boca a boca, alentando a los usuarios satisfechos a compartir la aplicación con amigos y familiares.

Siempre se ha dicho que no hay mejor publicidad que el boca a boca, de ahí viene nuestro especial interés en cuidar a nuestros clientes, para que queden satisfechos con la aplicación y nuestros servicios ofrecidos.