

## CANALES

### Presencia en línea:

**Sitio web:** Desarrollar y mantener un sitio web informativo y atractivo que destaque la propuesta de valor de la empresa, los beneficios para los clientes y la forma de participar en el servicio.

**Redes sociales:** Utilizar plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, u otras relevantes para conectarse con la audiencia. Publicar contenido relacionado con la sostenibilidad, testimonios, ofertas especiales y actualizaciones sobre productos y servicios.

### Marketing de contenidos:

Crear y compartir contenido relevante, educativo y atractivo que destaque los beneficios de la propuesta de valor. Esto puede incluir blogs, infografías, videos, y otros formatos de contenido.

### Campañas de correo electrónico:

Implementar estrategias de correo electrónico para mantener a los clientes informados sobre nuevas ofertas, promociones y actualizaciones importantes. Personalizar los mensajes según las preferencias de los segmentos de mercado.

### Colaboraciones y asociaciones:

Colaborar con otras empresas, influencers o organizaciones que compartan valores similares. Esto puede ayudar a ampliar el alcance y llegar a nuevos segmentos de mercado.

### Eventos y patrocinios:

Participar en eventos locales, ferias comerciales o patrocinar actividades relacionadas con la sostenibilidad y la conciencia alimentaria. Estos eventos proporcionan oportunidades para interactuar directamente con la audiencia objetivo.

### Programas de fidelidad y recompensas:

Implementar programas de lealtad que recompensen a los clientes recurrentes. Esto puede incluir descuentos, ofertas exclusivas o puntos acumulativos que pueden canjearse por productos o servicios.

### Atención al cliente:

Ofrecer un excelente servicio al cliente para construir relaciones sólidas con los clientes.  
Responder rápidamente a consultas, proporcionar asistencia efectiva y recopilar comentarios para mejorar continuamente.

Publicidad online y offline:

Utilizar estrategias de publicidad pagada, como anuncios en Google, redes sociales o medios tradicionales según el perfil demográfico de la audiencia objetivo.