

CANALES

1. Redes sociales
2. Carteles
3. Páginas web que dispones de entradas y de merchandaising de la discoteca y el hotel.
4. Relaciones públicas del establecimiento que se encargan de vender entradas anticipadas (precio menor al de taquilla y el de la página web), y anunciando todo lo que pase en la discoteca por redes sociales o que comuniquen a la gente de que cosas se pueden hacer en el recinto.