CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. Ventas físicas (Tienda o Cafetería)

- **Ubicación Estratégica:** Un espacio físico futurista que combine diseño innovador y tecnología, como pantallas interactivas para realizar pedidos, mesas con carga inalámbrica, iluminación inteligente y uso de robots que hacen el proceso de preparacion del cafe y todas las bebidas de la cafeteria.
- **Pedidos Automatizados:** Uso de kioscos para que los clientes realicen pedidos de forma autónoma. También, sistemas de reconocimiento facial o por voz para personalizar la experiencia.

2. Aplicaciones Móviles y Plataformas Digitales

- **App Móvil Personalizada:** Una aplicación propia donde los clientes puedan realizar pedidos, obtener recomendaciones basadas en IA, programar sus pedidos y pagar de forma digital. Tambien recibir promociones personalizadas y notificaciones de nuevos productos.
- **Pedidos y Pago sin Contacto.**

3. Distribución a Domicilio (Delivery)

- **Plataformas de Delivery:** Colaborar con aplicaciones de delivery como Uber Eats o Glovo para facilitar que los clientes reciban sus productos en casa o en la oficina.
- **Flota Propia de Reparto:** Tener vehículos autónomos para una entrega rápida y eficiente, lo que refuerza la imagen futurista del negocio.
- **Reparto con Inteligencia Artificial:** Uso de robots o drones para hacer entregas en áreas específicas, mejorando la eficiencia y creando una experiencia única.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

4. Canales Online (Web y Redes Sociales)

- **Venta a Través de la Web:** Una tienda en línea con productos exclusivos que solo se puedan comprar por Internet, como ediciones limitadas de café o kits de café de alta tecnología.
- **Redes Sociales y Marketing Digital:** Utilizar Instagram, TikTok y YouTube para la promocion de los productos de la cafeteria y de la cafeteria en si.

5. Oferta del Día (Groupon)

- **Promociones Exclusivas y Ofertas del Día:** A través de plataformas de cupones como Groupon o su propia página web, ofrecer promociones diarias o semanales de productos exclusivos, como cafés especiales, descuentos en suscripciones mensuales o "happy hours" virtuales. Este tipo de oferta puede ser ideal para atraer a nuevos clientes o para fidelizar a los ya existentes.

- **Promociones Limitadas en el Tiempo:** Crear una sensación de urgencia con ofertas limitadas de productos exclusivos (como blends de café de edición limitada) o descuentos en la primera compra a través de la aplicación o web.
- **OEM:** Asociarse con fabricantes de equipos tecnológicos para ofrecer productos exclusivos de la cafetería, como cafeteras inteligentes y sistemas automatizados de preparación.
- **Integrador de Sistemas:** Implementar tecnologías avanzadas y redes inteligentes, garantizando una experiencia conectada e innovadora, desde la preparación del café hasta el servicio al cliente.