

STARINNOVA - UBIEVENT

Participantes:

- Jesus Esteban Bullón Chang
- David Álvarez Berendei
- Frank de Jesús Rodríguez Hernández
- Leo Gomes Alves

5. Canales - APLICACIÓN DE EVENTOS LOCALES Y DEPORTIVOS

Clasificación de los canales

1. Canales propios

Los canales propios nos permiten mantener un control directo sobre la experiencia del cliente y obtener mayores márgenes de beneficio, aunque su implementación y gestión tienen un costo inicial más elevado. En el caso de nuestra aplicación, los principales canales propios son:

- **Plataforma digital (app y web):**
 - Descargas y uso de la aplicación desde tiendas online como App Store y Google Play.
 - Acceso a información y funciones clave a través de la versión web.
- **Redes sociales:**
 - Promoción directa en Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, creando contenido visual y atractivo.
 - Interacción directa con usuarios para resolver dudas y recibir retroalimentación.
- **Email marketing:**
 - Boletines semanales con eventos destacados, descuentos y novedades para mantener a los usuarios informados y comprometidos.
- **Notificaciones push:**
 - Mensajes personalizados enviados a los dispositivos móviles de los usuarios para informarles sobre eventos cercanos y oportunidades exclusivas.

Ventajas de los canales propios:

- Mayor control sobre la experiencia del cliente.
- Márgenes de beneficio elevados al no depender de intermediarios.
- Personalización de la comunicación y las ofertas.

Inconvenientes:

- Costos iniciales elevados de implementación y mantenimiento.
- Mayor responsabilidad en la gestión de los recursos y la atención al cliente.

2. Canales asociados

Los canales asociados abarcan un rango amplio de opciones que nos permiten llegar a un mayor número de clientes mediante colaboraciones con terceros. Aunque estos canales conllevan menores márgenes de beneficio, amplían considerablemente nuestra visibilidad y base de usuarios. Los principales canales asociados son:

- **Colaboraciones con empresas locales:**
 - Promoción de eventos a través de clubes deportivos, bares, discotecas y centros culturales.
 - Inclusión de la app como herramienta recomendada para gestionar inscripciones y entradas.
- **Publicidad en marketplaces:**
 - Promoción de eventos destacados en plataformas como Eventbrite o Meetup.
 - Venta de entradas en marketplaces asociados para aumentar el alcance.
- **Afiliación con influencers locales:**
 - Colaboración con creadores de contenido para aumentar la difusión de la app.
 - Uso de códigos promocionales exclusivos para captar nuevos usuarios.

Ventajas de los canales asociados:

- Alcance ampliado a través de redes ya establecidas.
- Menor inversión inicial en infraestructura.
- Beneficio de la fortaleza comercial y la reputación de los socios.

Inconvenientes:

- Márgenes de beneficio reducidos debido a la participación de terceros.

- Menor control sobre la experiencia del cliente final.

3. Canales mixtos

El equilibrio ideal entre canales propios y asociados permite maximizar las oportunidades de ingresos y crear una experiencia consistente para los usuarios. La integración de estos canales nos asegura:

- **Sinergia entre promoción propia y colaborativa:**
 - Promover eventos organizados por socios locales dentro de la app.
 - Ofrecer beneficios exclusivos a través de nuestras redes sociales.
- **Expansión geográfica controlada:**
 - Usar socios locales para establecer presencia en nuevas áreas mientras se fortalece la base de clientes mediante canales propios.