

1. CANALES

a. Describir cuáles son las principales vías para comunicarse con el cliente o con los distintos segmentos de clientes.

-Centros de educación:

Para ponernos en contacto con los diferentes centros educativos (primaria, secundaria, formación profesional y universidades) tanto de Álava como de Euskadi, utilizaremos los listados de correos electrónicos de la Diputación Foral de Álava y del Gobierno Vasco. En el caso de los centros concertados y privados, también utilizaremos los correos de estos centros.

En estos correos, se incluirá un enlace de nuestra página web para que puedan observar las labores y los servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

-Página web:

Nuestra web es una buena forma de difusión ya que es rápida, sencilla y las personas que ya han visitado nuestro centro lo pueden recomendar a sus amigos y conocidos incluyendo el enlace de la página. En nuestra página web los diferentes clientes podrán ver solventadas sus dudas y visualizar mejor las labores que realizamos en nuestro centro además de informarse sobre las diferentes tarifas, horarios y actividades que llevamos a cabo en nuestro centro.

También pueden ponerse en contacto con nosotros a través de la web para que les solventemos cualquier duda que les pueda surgir.

-Folletos publicitarios:

1-Para comunicarnos con turistas contamos con socios clave como son todos los hoteles del País Vasco donde habrá folletos publicitarios sobre nuestro centro para que los turistas puedan realizar excursiones de día a nuestro centro.

2-Para la población local, estos folletos se podrán encontrar en los centros cívicos de las diferentes poblaciones del País Vasco. Así como en otros centros relacionados con la educación ambiental y la conservación del medio natural como Ataria, Red Ekoetxea y los diferentes parques naturales de Euskadi.

-Protectoras de animales:

Mediante la publicidad de protectoras de animales nos podemos dar a conocer entre la población y sobre todo en el sector amante de los animales, en el cual nos interesa darnos a conocer. Debido a que prevemos que muchos de nuestros clientes pertenecerán a este sector.

-Asociaciones y empresas:

Para ponernos en contacto con las diferentes asociaciones y empresas, (Aspace, AutismoAraba, Adela y diferentes empresas tanto relacionadas con el sector como no relacionadas) utilizaremos los correos electrónicos particulares de las asociaciones y las empresas ofreciéndoles nuestros servicios.

En estos correos, se incluirá un enlace de nuestra página web para que puedan observar las labores y las diferentes actividades que ofrecemos a nuestros clientes.

- b. Describir cuáles son las principales vías para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente o a los segmentos de clientes.

Nuestras principales vías/canales para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente son:

CANALES DIGITALES:

-Página web: En esta página web proporcionamos información clara y detallada sobre nuestra propuesta, los servicios de rescates que disponemos, los diferentes animales que rescatamos y cómo pueden nuestros clientes aportar su granito de arena para ayudarnos (donaciones, adopciones y voluntariado)

-Redes sociales: Contamos con Facebook, Instagram, Twitter (X) y TikTok en los que publicamos vídeos sobre los rescates, la recuperación de los animales y todo su proceso en el centro. De esta manera, nuestros clientes pueden observar y comprender la importancia de la labor que llevamos a cabo en el centro.

REDES DE COLABORACIÓN:

-Colaboramos con centros de recuperación con los que compartimos la misma misión. Lo que conseguimos con estas alianzas es ampliar nuestro alcance e influencia.

-Instituciones educativas y grupos comunitarios: Colaboramos con colegios, universidades o grupos locales para ofrecer programas educativos sobre el bienestar animal y también dar charlas sobre el tema para que la gente tenga conciencia sobre los animales

PUBLICIDAD TRADICIONAL:

-Publicidad en medios locales: Colocar anuncios en periódicos locales, estaciones de radio o canales de televisión locales puede ser útil para llegar a un público más amplio.

-Carteles y folletos: Distribuir folletos informativos en lugares clave como veterinarias, tienda de mascotas, centro comunitarios y parques puede ayudar a atraer la atención de clientes