

## **5. CANALES**

### **Principales vías para comunicarse con el cliente y los distintos segmentos de clientes**

Las redes sociales son fundamentales para alcanzar a un público amplio y diverso. Dependiendo del contenido, cada red social ofrece distintas ventajas. Instagram es una plataforma visual ideal para mostrar productos con diseños atractivos, fotos de instalaciones en jardines y paisajes naturales, así como para inspirar a los clientes con ideas de decoración o conservación. Además está Youtube, que sirve para subir tutoriales sobre instalación, mantenimiento y personalización de las casas para pájaros, además de contenido educativo sobre la importancia de las aves y la biodiversidad.

Además, un sitio web profesional es clave para la presencia digital de la empresa. Con una Tienda en línea con opciones de personalización, fotos detalladas y descripciones de las casas para pájaros. Incluir funcionalidades como el seguimiento de pedidos y reseñas de clientes y una sección de noticias para ofrecer contenido educativo sobre aves, conservación del medio ambiente y consejos para elegir y cuidar casas para pájaros. Todo esto junto a un posicionamiento en buscadores que ayude a que la página sea visible para quienes buscan productos relacionados con aves, naturaleza o decoración, mediante el uso de palabras clave adecuadas (caseta, pájaros, conservación, personalizado, etc.)

Para los clientes que hayan comprado ya en la tienda web se les enviará a su email envíos regulares de boletines sobre nuevos productos, promociones o contenido interesante. También para informar a los clientes sobre cómo va su pedido (Ejemplo de posible correo de la empresa: [birdhouses@gmail.com](mailto:birdhouses@gmail.com))

También existirá un teléfono por el cual los clientes puedan contactar de forma directa con la empresa y pueda haber una comunicación directa con los clientes si fuera necesario. Y poder garantizar una política de devolución clara y directa y poder solucionar cualquier problema que pudiera surgir.

### **Principales vías para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente y los segmentos de clientes**

Nuestra empresa tendrá una presencia plenamente online. De esta forma podemos llegar más fácilmente a todos los segmentos de clientes. La página web propia que actuaría como tienda online donde habría un configurador de productos interactivo puede ser clave para mostrar la personalización en tiempo real las principales ventajas de esto es una amplia audiencia, disponibilidad 24/7 y facilidad de personalización. Como también hemos

mencionado con anterioridad una presencia activa en redes sociales como Instagram ayudará a mantener una vía activa de comunicación con los clientes y que estos se puedan enterar de promociones, materiales y diseños nuevos. Así como para mantener un feedback continuo entre los seguidores/compradores y la empresa.

También para clientes que buscan algo muy exclusivo y preciso ofrecemos un contacto directo con un servicio de diseño específico para ellos. Esto se puede realizar a través de contacto por teléfono o correo y actualizaciones continuas. Esto supondría una atención más especializada para clientes que lo busquen, a cambio de una subida del precio final.