

Fase 5: Canales de Distribución

Objetivo: Identificar y analizar los canales clave de tu negocio, desde la comunicación inicial con los clientes hasta la atención y evaluación posterior, para garantizar una experiencia completa y efectiva.

1. Canales de comunicación:

Describe cómo te pondrás en contacto con tus clientes para dar a conocer tu producto o servicio.

Considera herramientas como redes sociales, correo electrónico, anuncios en medios digitales o tradicionales.

- + Usaremos las RRSS como Instagram, Tik Tok, Facebook creando vídeos y contenido visual promocionando nuestra clínica, además de grabar un video sobre un paciente explicando su lesión o la causa por la que acude y explicar cómo intentaremos trabajar sobre ello. También usaremos LinkedIn para llegar al sector deportivo sobre empresas o clubes.
- + Crear una página web sobre la clínica, folletos y utilizar alianzas sobre clubes o empresas.
- + Realizar talleres y realizar ofertas (si traes un amigo tienes X % de descuento en la siguiente visita). (Por hacer 10 visitas te regalamos 1 visita gratuita).
- + Dispondremos de un teléfono y correo electrónico para un contacto directo, además de realizar una visita de valoración.

2. Canales de distribución:

Detalla cómo harás llegar tu producto o servicio a los clientes.

A través de un sitio online funcional y atractivo que se pueda usar desde el móvil y los usuarios puedan reservar citas y disponer de servicios virtuales. Además de anuncios tradicionales.

Incluye opciones como envío a domicilio, recogida en tienda, distribución a través de terceros o entregas digitales.

Haremos envíos a domicilio de nuestra tienda de ropa y la suplementación que la gente compre y también podrán recogerlo en nuestra clínica.

3. Canales de atención al cliente:

o Explica cómo ofrecerás soporte a tus clientes. Incluye métodos como líneas telefónicas, chat en línea, correos electrónicos o redes sociales.

Ofreciendo así soporte a nuestros clientes con un número de teléfono donde nos podrán escribir durante las horas que este abierta la clínica para posibles dudas que puedan llegar a tener, destacando también el correo electrónico para responder también las dudas que tengan. Ofreceremos también apoyo con nuestras redes sociales promocionando nuestros tratamientos y ofertas de bonos que podamos tener durante ese mes.

4. Canales de venta:

Describe dónde y cómo podrán los clientes adquirir tu producto o servicio. Menciona opciones como plataformas de e-commerce, tiendas físicas, aplicaciones móviles o ventas directas.

Nuestra clínica tendrá canales de venta directamente en la clínica ya que una vez realizado el servicio se cobrará el tratamiento incluyendo todo lo que se ha hecho en la sesión. Las sesiones grupales o entrenamientos personales se podrán pagar al mes dependiendo en cuantos entrenamientos hayas venido durante ese mes.

Destacamos nuestras redes sociales como método para habilitar la función de comprar en el momento o reservar la cita, y promocionar los servicios a través de ellas. Y colaboraciones con clubes deportivos ofreciendo descuentos especiales para ellos.

5. Promoción y publicidad:

Define las estrategias de promoción que utilizarás para captar la atención de tus clientes.

- + **Marketing Digital:** Crear contenido útil y relevante en redes sociales y la página web para educar a los clientes potenciales sobre la importancia de la fisioterapia.
- + **Descuentos y Promociones:** Ofrecer promociones especiales para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.
- + **Colaboraciones Locales:** Establecer alianzas estratégicas con empresas, centros deportivos y médicos para generar referencias.
- + **Reputación Online:** Recoger y mostrar testimonios de pacientes satisfechos para generar confianza.

Explica qué métodos utilizarás, como campañas en redes sociales, descuentos o anuncios tradicionales.

- **Campañas en redes sociales:**
- + **Plataformas:** Usar Instagram, Facebook, y TikTok.

- + **Contenido:** Videos cortos sobre técnicas de fisioterapia, consejos para prevenir lesiones, y casos reales de éxito.
- + **Anuncios pagados:** Dirigidos a personas con intereses específicos en la salud y el deporte en tu área.
 - **Descuentos:**
 - + Promociones para primeras visitas, como un 30% de descuento o una consulta inicial gratuita.
 - + Ofrecer paquetes de sesiones con precios más bajos que las sesiones individuales.
 - + Beneficios para clientes referidos y programas de lealtad.
 - **Anuncios tradicionales:**
 - + **Carteles y volantes:** Distribuir en puntos estratégicos, como gimnasios, clínicas, y farmacias.
 - + **Publicidad local:** Espacios en periódicos y radios locales para aumentar la visibilidad.
 - **Eventos y actividades:**
 - + Realizar jornadas gratuitas de valoración o talleres sobre temas como “Prevención de lesiones comunes.”
 - + Participar en eventos deportivos locales como patrocinador o colaborador.

6. Recogida de feedback y evaluación del cliente:

Detalla cómo recopilars opiniones de tus clientes para mejorar tu negocio.

Considera encuestas, sistemas de reseñas, entrevistas o análisis de datos de comportamiento.

Al acabar las sesiones con cada uno de nuestros pacientes, realizaremos una breve encuesta que tendrá que hacer con su móvil en un momento antes de marcharse de la clínica, para así saber el grado de satisfacción de los pacientes con los servicios de nuestra clínica.