

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Para que Second Help pueda **llegar** a los clientes, la empresa creará una estrategia de marketing. Se implementará una plataforma de ventas online donde los clientes puedan ver el catálogo de productos ortopédicos de segunda mano, permitiendo realizar compras desde cualquier lugar, con opciones de entrega a domicilio. Para la **distribución** de los productos, cuentan con un servicio domiciliario que facilitará la entrega de cada producto con unas furgonetas adaptadas para el reparto.

En la web, cada producto estará detalladamente descrito con cada una de sus características, con fotos para apreciar el estado de cada uno y con vídeos que explicaran la funcionalidad y la manera de utilización de cada uno de ellos. De esa manera, ayudarán a los clientes a conocer los productos antes de realizar la compra.

En la **fase de percepción**, se utilizarán anuncios en línea y redes sociales para captar la atención del público objetivo. Crear perfiles activos en plataformas clave como Facebook, Instagram y LinkedIn permitirá aumentar la visibilidad de la marca y generar interacciones que puedan convertirse en oportunidades de negocio. Las publicaciones patrocinadas o los anuncios pagados en plataformas como Facebook e Instagram permitirán llegar a un público mucho más amplio, especialmente a aquellos interesados en alternativas sostenibles, productos ortopédicos y opciones accesibles y económicas.

En la **fase de evaluación**, la web de Second Help jugará un papel crucial. Cada producto estará detalladamente descrito con cada una de sus características, fotos para apreciar el estado de cada uno y videos que explicarán la funcionalidad y la manera de utilización de cada uno de ellos. De esta manera, ayudarán a los clientes a conocer los productos antes de realizar la compra. Además, se proporcionarán promociones y descuentos, especialmente en fechas especiales del calendario como el Black Friday o el Día Mundial del Medio Ambiente, para fomentar las compras.

En la **fase de compra**, la plataforma online permitirá a los clientes realizar sus compras de manera fácil y segura. Se crearán anuncios con un mensaje claro y conciso que realicen beneficios como comodidad, durabilidad, sostenibilidad y precio. Se usarán imágenes de alta calidad que muestren a personas utilizando los productos en situaciones cotidianas y una llamada a la acción clara cómo "Comprar ahora" o "Solicitar información", destacando los beneficios únicos para diferenciarnos de la competencia.

La **fase de entrega** estará respaldada por un servicio domiciliario que facilitará la entrega de cada producto con unas furgonetas adaptadas para el reparto. El montaje a domicilio garantizará que los productos estén listos para ser utilizados de inmediato, con un equipo dispuesto a atender cualquier inconveniente que pueda surgir.

En la **fase de postventa**, Second Help ofrecerá un servicio técnico especializado para resolver cualquier problema con los productos, asegurando que siempre estén en óptimas condiciones. Además, se permitirá la devolución de productos que ya no se necesitan, fomentando la reutilización y el reciclaje, y ofreciendo la oportunidad de ganar dinero extra. Las demostraciones y pruebas también serán una parte fundamental del proceso de postventa, permitiendo a los clientes interactuar directamente con los productos antes de tomar una decisión final. Al ofrecer la posibilidad de probar los productos, se proporciona a los consumidores una experiencia práctica que les ayuda a entender mejor el funcionamiento y las características del artículo, aumentando la confianza del cliente en la calidad y efectividad del producto.

La plataforma **online** permite a los clientes conocer detalles técnicos y ver videotutoriales, interactuar con otros usuarios y profesionales. Este enfoque personalizado permite que cada cliente encuentre el producto que mejor se adapte a sus necesidades. Mantiene **precios accesibles**, permitiendo que más personas puedan beneficiarse de productos ortopédicos de alta calidad sin que el costo sea un problema.