

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

La empresa **tiene diversos canales de comunicación, de venta y de distribución**, por lo que amplía más posibilidades de generar más descargas de la aplicación que constituyen mayores oportunidades para que los clientes conozcan y adquieran los servicios de la empresa.

Los canales de comunicación con el cliente serán principalmente en línea a través de canales digitales como redes sociales, correo electrónico y sitio web. En primer lugar, se crearán cuentas en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, donde se lanzarán nuevas actualizaciones de la aplicación, se promocionarán servicios y los usuarios podrán comunicarse directamente. Esto le permitirá mantener una comunicación constante y actualizada con sus clientes.

Además, se creará un correo electrónico de la empresa a través del cual cualquier persona podrá acceder a la empresa y comunicarse directamente con ella haciendo preguntas, expresando quejas o recibiendo soporte.

Finalmente, se creará un sitio web y un número de teléfono de la empresa donde los usuarios podrán obtener información detallada sobre los servicios de la aplicación, responder preguntas frecuentes y realizar preguntas específicas a través del formulario de contacto o chat.

Estos canales proporcionarán una accesibilidad continua, eficiente y confiable al servicio, permitiendo a los usuarios interactuar con la empresa de manera fácil y rápida y mejorar la experiencia del usuario.

El canal para la distribución de la aplicación se realizará a través de las principales tiendas de aplicaciones móviles (Google Play Store y Apple App Store), donde los usuarios podrán descargarla de forma gratuita. Una vez instalada, tendrán acceso a las funcionalidades básicas sin costo alguno.

El canal para la venta de los servicios se gestionará dentro de la aplicación. Ofrecemos una opción gratuita con acceso a funciones básicas, así como una opción premium que elimina los anuncios y proporciona características adicionales para una experiencia más completa, como: acceso sin conexión, eliminación de anuncios, funciones exclusivas, etc. Los usuarios podrán suscribirse a la opción premium mediante pagos dentro de la aplicación, lo que les permitirá disfrutar de beneficios exclusivos, como una experiencia sin interrupciones publicitarias y herramientas mejoradas para facilitar la accesibilidad.

El proceso de **adquisición y uso** de la aplicación Accessmap consta de cinco pasos principales: conocimiento, evaluación, compra, entrega y posventa. En cada una de estas etapas se utilizan diferentes canales de comunicación, distribución y venta para asegurar una experiencia flexible y accesible para los usuarios. Desde el primer contacto con la aplicación hasta el soporte posterior a la compra, nos esforzamos por optimizar cada paso del proceso para garantizar la satisfacción del cliente y facilitar la interacción con nuestra plataforma.

En la fase de **percepción**, los usuarios descubren la aplicación a través de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, donde se comparten actualizaciones y beneficios de la app. Al igual, reciben información a través de correos electrónicos y el sitio web, que ofrece más detalles sobre la aplicación. Además, la publicidad en línea contribuye a crear conciencia.

Durante la fase de **evaluación**, los usuarios comparan la aplicación con otras opciones disponibles. Utilizan redes sociales y correos electrónicos para hacer preguntas y obtener más información. En las tiendas de aplicaciones, como Google Play Store y Apple App Store, leen reseñas y descripciones de la app para tomar una decisión informada.

En la fase de **compra**, los usuarios descargan la aplicación de forma gratuita desde Google Play Store o Apple App Store y tienen la opción de suscribirse a la versión Premium dentro de la app mediante pagos.

En la fase de **entrega**, los usuarios obtienen la app a través de las tiendas de aplicaciones y si optan por la versión Premium, acceden a funciones adicionales sin anuncios. Las actualizaciones se gestionan a través de las tiendas de apps y las



notificaciones push dentro de la app mantienen a los usuarios informados.

Finalmente, en la fase de **post-venta**, se busca asegurar la satisfacción del cliente. A través de redes sociales y correos

electrónicos, los usuarios reciben encuestas, actualizaciones y soporte técnico. Las reseñas en Google Play Store y Apple App Store también ayudan a fomentar la lealtad y atraer nuevos usuarios.