

# CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION

## VÍAS DE COMUNICACIÓN

- **Redes sociales:** Las plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok son esenciales para mantener una comunicación constante con los usuarios, compartir actualizaciones y novedades de la empresa y promocionar servicios.
- **Correo electrónico:** Se utilizará para enviar confirmaciones de viajes, recordatorios, encuestas de satisfacción y promociones personalizadas a todos nuestros clientes.
- **Soporte en línea y chat:** A través de la página web y la aplicación móvil, los usuarios podrán contactar a un equipo de soporte para resolver problemas, hacer preguntas o proporcionarnos sus opiniones.
- **Llamadas telefónicas:** Para atención al cliente en casos específicos, especialmente en situaciones de emergencia o para usuarios sin acceso a internet o a la app.
- **Relaciones públicas:** A través de comunicados de prensa y entrevistas en medios, se buscará fortalecer la marca y transmitir los valores positivos de la empresa, haciendo que la gente conozca cada vez mejor nuestros valores.

## VÍAS DE DISTRIBUCIÓN

- **Directamente en línea:** A través de la plataforma digital (sitio web y aplicación móvil), los usuarios podrán registrar sus viajes o encontrar viajes disponibles. Este será el canal principal para la distribución del servicio, cualquier persona podrá acceder a ello sin tener demasiados conocimientos en la tecnología, será una vía rápida y sencilla.
- **Intermediarios:** Aunque el servicio directo a los clientes será prioritario, en ciertos casos pueden existir acuerdos con empresas o servicios de transporte, como estaciones de autobuses o aeropuertos, para promocionar o aumentar la visibilidad de los beneficios que proporciona nuestra empresa.

## COMUNICACION CON LOS CLIENTES

### Publicidad en redes sociales:

**Facebook e Instagram:** Utilizaremos anuncios con imágenes atractivas de destinos económicos, eco-amigables y experiencias de bajo costo. Estos anuncios podrán incluir:

- Personas interesadas en viajes, ecología, turismo sostenible, vuelos baratos, etc.
- Usuarios que siguen páginas relacionadas con el ahorro, la sostenibilidad y viajes accesibles.

**TikTok :** Aprovecharemos el formato de video corto para crear contenido creativo que capte la atención de una audiencia joven ( el principal público de esta plataforma ) . Mostraremos consejos para viajar de forma económica o eco-friendly. Estos serían algunos ejemplos:

- Anuncios donde los viajeros pueden ver, por ejemplo, un video sobre un destino turístico poco conocido y económico.
- Creación de retos virales con el hashtag de la campaña, invitando a los usuarios a compartir sus propios consejos sobre viajes sostenibles.

También en nuestras redes sociales incluiremos un contenido exclusivo de pago,brindando ventajas extras a nuestros clientes más fieles, este podría incluir:

- **Suscripciones mensuales o anuales:** Donde los usuarios reciben contenido exclusivo como tips de viajes económicos, o acceso anticipado a determinadas ofertas.
- **Acceso a descuentos especiales:** Ofreceremos a los usuarios suscritos a contenido exclusivo descuentos en vuelos, alojamientos o actividades sostenibles, premiando su lealtad.



Marketing de contenidos:

**Generación de blogs:**

- **Beneficios del viaje compartido:** Publicar artículos que resaltan cómo el viaje compartido es más económico, ecológico y social. También se pueden abordar temas como el aprovechamiento del tiempo.
- **Consejos de seguridad para usuarios:** Los usuarios siempre buscan saber cómo pueden viajar de manera segura. Crear contenido que brinde recomendaciones sobre cómo identificar personas que manden los objetos de manera correcta, así como pautas de seguridad que la plataforma garantiza.
- **Cómo aprovechar la plataforma al máximo:** Publicar guías que expliquen el funcionamiento de la plataforma, cómo registrarse, cómo elegir viajes, cómo hacer reseñas de los portadores ( la gente que viaja con el objeto ), y cómo maximizar las promociones o descuentos ofrecidos.
- **Casos de éxito:** Mostrar historias de usuarios que han tenido experiencias positivas utilizando la plataforma, ya sea por ahorrar dinero, conocer gente nueva, o por los beneficios ecológicos o sostenibles.

### **Creación de videos**

Los videos son contenidos altamente atractivos y comparten la ventaja de que se pueden ver rápidamente. Los usuarios pueden estar más dispuestos a ver un video corto que leer un artículo largo, por lo que es importante que el contenido visual sea educativo pero también entretenido. Algunas ideas para los videos son:

- **Tutoriales paso a paso:** Videos que muestran cómo usar la plataforma desde el registro hasta la creación de un viaje compartido o la búsqueda de pasajeros. Estos pueden ser especialmente útiles para usuarios nuevos.
- **Videos de seguridad:** Crear videos donde se expliquen las medidas de seguridad que la plataforma implementa para proteger a los usuarios. Esto puede incluir procedimientos de verificación, protocolos de emergencia, y cómo los usuarios pueden reportar incidentes.
- **Entrevistas con usuarios satisfechos:** Realizar entrevistas con personas que han tenido buenas experiencias utilizando la plataforma, resaltando los beneficios tanto económicos como sociales.
- **Videos educativos:** Explicar de manera sencilla y visual cómo el viaje compartido ayuda a reducir la congestión vehicular, los costos de transporte y las emisiones de CO2

### Guías Interactivas

Las guías interactivas pueden ser una excelente forma de enseñar a los usuarios a utilizar la plataforma de manera efectiva, paso a paso. Las guías deben ser fáciles de seguir y podrían incluir imágenes, pantallas de la aplicación y videos incrustados. Algunos ejemplos:

- Incluir todo lo que un usuario necesita saber para comenzar: cómo registrarse, cómo buscar y crear viajes, cómo evaluar y dejar reseñas, y cómo comunicarte con otros usuarios.
- **Guía de seguridad:** Esta podría ser una de las guías más valiosas. Describir todos los procedimientos de seguridad desde la reserva hasta el final del viaje, incluyendo cómo la plataforma verifica a los conductores, las medidas que deben tomar los pasajeros, y cómo reportar cualquier incidencia.
- **Guía de beneficios ecológicos:** Explicar cómo el uso de la plataforma reduce la huella de carbono, cómo contribuye al medio ambiente y cómo los usuarios pueden hacer su parte al

### EMAIL MARKETING

Aunque mediante el email marketing sea bastante complicado mantener una buena comunicación con los clientes, si la utilizamos bien podría ser muy poderosa, estas serían algunas pautas.

### Boletines Informativos

Objetivo:

Mantener a los suscriptores informados sobre noticias relevantes, actualizaciones de productos, cambios en la empresa y temas que podrían interesar a nuestros clientes.

Estrategia:

- Frecuencia: Los boletines pueden ser semanales o mensuales, dependiendo de la cantidad de información relevante que tengamos en ese momento para poder compartirlo..
- Contenido: Incluiremos temas como nuevas funciones , blogs, noticias , consejos prácticos y actualizaciones de productos.

### **Actualizaciones de Promociones**

Estrategia:

- Urgencia: Usaremos frases como “¡Oferta limitada!” o “Solo por tiempo limitado” para crear un sentido de urgencia.
- Segmentación: Ofreceremos promociones personalizadas según el comportamiento de compra de los usuarios (por ejemplo, un descuento para clientes que no han comprado en un tiempo).
- Diseño atractivo: Utiliza imágenes llamativas y un diseño claro que resalte la oferta pero que a la vez sea muy sencillo de percibir

### **Testimonios de Usuarios con Buenas Experiencias**

Estrategia:

- Formato: Los testimonios podrán ser textuales o en formato de video. Las historias reales de clientes tienden a ser muy efectivas.
- Relevancia: Nos aseguraremos de que los testimonios sean de personas o empresas que se asemejan al perfil de nuestros suscriptores.

### **SMS**

Una vez que el cliente nos proporcione sus datos personales, entre ellos estará su número de teléfono, y mediante esa vía nos podremos comunicar con ellos.

**Notificaciones en Tiempo Real:** Una vez que tengamos el número de teléfono del cliente, podemos enviarles notificaciones inmediatas, como actualizaciones sobre el estado de sus productos.

**Mejora de la Experiencia del Cliente:** El contacto a través de SMS es más rápido y personal, lo que mejora la percepción del cliente sobre el servicio y su satisfacción.

**Soporte y Atención al Cliente:** A través del SMS, podemos ofrecer atención al cliente rápida y sencilla, permitiendo responder a preguntas o resolver problemas de manera más ágil. En algunos casos, también se pueden enviar encuestas de satisfacción para obtener la opinión de los usuarios.

**Automatización:** Gracias a la recopilación del número de teléfono, podemos automatizar ciertas comunicaciones, como recordatorios de pagos, promociones o alertas sobre nuevos productos.

**Seguridad y Confianza:** La comunicación por SMS también es útil para procesos de verificación o autenticación de dos factores, lo que aumenta la seguridad en las interacciones entre la empresa y el cliente.

## **MATERIALES MARKETING EFECTIVOS**

Algunos de los materiales de marketing más efectivos para promover los servicios serían:

**Anuncios en línea:** Anuncios de video y banner que muestran testimonios de usuarios satisfechos y los beneficios de viajar de manera compartida, como la sostenibilidad que tenemos en el medio ambiente y el ahorro en viajes que generamos.

**Videos promocionales:** Videos cortos que muestran cómo funciona la app, destacando la facilidad de uso y la seguridad del servicio, y con un llamado a la acción claro para que los usuarios se registren o reserven viajes.

**Testimonios y casos de éxito:** Publicar historias de usuarios que hayan tenido una experiencia positiva, mostrando cómo la plataforma facilita viajes cómodos fáciles y accesibles.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

**Plataforma electrónica:** Los servicios se entregarán directamente a través de la app y el sitio web, donde los usuarios podrán ver la disponibilidad de viajes, contactar con conductores y reservar sus asientos.

**Intermediarios:** Aunque en la mayoría de los casos la venta será directa, la empresa podría colaborar con otras plataformas de movilidad o agencias de viajes para promocionar la opción de compartir viajes.

**Packaging:** Se trata de productos físicos, por lo que es necesario un packaging, el packaging lo deberá realizar la persona a la que se le abona el dinero por el producto que está trayendo.

**Fidelización y recompensas:** A través de programas de recompensas o descuentos para usuarios recurrentes, incentivando la lealtad y fomentando la recomendación del servicio a nuevos clientes.

Regalos en los primeros viajes para que sigan confiando en nosotros y activaciones recurrentes en diferentes puntos donde se mueven los viajeros.



## VIDEO PROMOCIONAL BUDDY BAGS.

Link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1SGZE5ugKX8-T69ch7Anorrdlj\\_zuREUY?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1SGZE5ugKX8-T69ch7Anorrdlj_zuREUY?usp=drive_link)

## ELEVATOR PITCH

Asimismo, elaboramos un elevator pitch para dar a conocer nuestro modelo de negocio:

¿Te imaginas ganar dinero mientras viajas?

Imagínate que puedes hacer dinero simplemente ayudando a otras personas a transportar su equipaje. En Buddy Bags ofrecemos una plataforma que conecta a las personas que están de viaje con personas que necesitan algún producto en el país que visita. Así pues, si eres una persona que viaja continuamente, o simplemente si tienes un poco de tiempo libre, puedes formar parte de esta red, ganar un poco de dinero y ayudar a la gente en el camino, facilitándoles el viaje.

Esto es fácil, flexible y no hay habilidades extraordinarias requeridas, sólo la simple voluntad de ofrecer un buen servicio. ¡Convértete en la oportunidad para que cada maleta llegue a su destino!

