

Canales del Modelo CANVAS

Los **canales** son los medios que utiliza la aplicación para llegar a los usuarios y ofrecer sus servicios. Aquí se describe cómo la app conecta con las personas interesadas en adoptar o comprar mascotas, criaderos, centros de adopción, y otros actores involucrados.

1. Plataforma Digital (Aplicación y Sitio Web)

Qué es: La app móvil y su versión web, donde se centraliza toda la actividad.

Por qué es importante: Es el canal principal donde los usuarios pueden buscar, explorar y gestionar la adopción o compra de mascotas.

Funciones principales:

Búsqueda avanzada de animales según filtros (raza, edad, tamaño, etc.).

Visualización de perfiles de animales con fotos, historial médico y detalles.

Mensajería directa entre usuarios, criaderos y centros de adopción.

Integración de opciones de pago y gestión de adopciones.

2. Redes Sociales

Qué es: Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y Twitter.

Por qué es importante: Aumenta la visibilidad de la aplicación y genera interés en la adopción y compra responsable.

Estrategias de uso:

Publicar historias de éxito (adopciones realizadas).

Promocionar animales disponibles para adopción o venta.

Campañas educativas sobre el cuidado animal y la tenencia responsable.

Colaboraciones con influencers enfocados en mascotas y bienestar animal.

3. Colaboraciones con Criaderos y Centros de Adopción

Qué es: Relación directa con criaderos certificados y centros de adopción.

Por qué es importante: Asegura un flujo constante de animales disponibles para los usuarios y refuerza la confianza en la legalidad y el bienestar animal.

Cómo funciona:

Publicación de perfiles de animales directamente en la app.

Comunicación activa entre la app y los socios para actualizar información.

4. Publicidad Digital

Qué es: Anuncios pagados en Google Ads, Facebook Ads e Instagram Ads.

Por qué es importante: Ayuda a captar usuarios interesados en adoptar o comprar mascotas, y promueve el uso de la aplicación.

Enfoque de la publicidad:

Destacar la facilidad de usar la app.

Mostrar historias reales de adopciones exitosas.

Promover la compra legal y la adopción como alternativas responsables.

5. Marketing de Contenido

Qué es: Blog dentro de la app o el sitio web, y publicaciones en redes sociales relacionadas con el bienestar animal.

Por qué es importante: Educa a los usuarios y refuerza el compromiso ético de la plataforma.

Temas clave:

Consejos para elegir y cuidar una mascota.

Importancia de la adopción responsable.

Información sobre salud animal y vacunación.

6. Ferias y Eventos sobre Animales

Qué es: Participación en ferias, exposiciones y eventos relacionados con mascotas.

Por qué es importante: Permite conectar con criaderos, centros de adopción y personas interesadas en adquirir mascotas.

Ejemplos de actividades:

Stands para mostrar la app.

Charlas sobre adopción responsable.

Presentación de animales disponibles.

7. Notificaciones Push y Correo Electrónico

Qué es: Comunicaciones directas con los usuarios registrados.

Por qué es importante: Mantiene el contacto y fomenta la interacción continua con la app.

Ejemplos de notificaciones:

Nuevas mascotas disponibles en la zona del usuario.

Recordatorios sobre el proceso de adopción o compra.

Actualizaciones de contenido educativo y noticias.

8. Soporte Técnico y Atención al Cliente

Qué es: Canal para resolver dudas o problemas de los usuarios.

Por qué es importante: Garantiza una experiencia positiva y genera confianza.

Medios de contacto:

Chat en vivo en la app.

Correo electrónico para consultas detalladas.

FAQs dentro de la plataforma.

9. Alianzas con Veterinarias y Tiendas de Mascotas

Qué es: Convenios con negocios relacionados con el cuidado animal.

Por qué es importante: Agrega valor a la experiencia de los usuarios y refuerza la red de apoyo a los animales.

Ejemplo de canales adicionales:

Publicidad cruzada en clínicas veterinarias.

Descuentos o promociones para usuarios de la app.

10. Boca a Boca

Qué es: Recomendaciones de usuarios satisfechos.

Por qué es importante: Es un canal orgánico y muy efectivo para atraer nuevos usuarios.

Cómo fomentarlo:

Incentivar a los usuarios a compartir sus experiencias en redes sociales.

Crear programas de referidos con recompensas para quienes inviten a amigos.