

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES**

### **¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?**

Nuestra estrategia para lograr que nuestra aplicación sea accesible, conocida y utilizada por los estudiantes universitarios combina canales efectivos de comunicación, distribución y venta, adaptados a las necesidades de nuestro público objetivo. A continuación, explicamos cómo gestionaremos cada aspecto clave.

#### **1. Canales de Comunicación**

El objetivo principal de nuestros canales de comunicación será informar a los estudiantes sobre la existencia de nuestra aplicación, destacar sus beneficios y fomentar el interés en su uso. Para ello, emplearemos diversas estrategias:

- **Publicidad Digital Dirigida:**  
Utilizaremos plataformas como Instagram, TikTok, Facebook y YouTube, donde los estudiantes universitarios pasan gran parte de su tiempo. Crearemos campañas segmentadas que muestren cómo la aplicación facilita el proceso de búsqueda de pisos. Además, emplearemos Google Ads para aparecer en búsquedas relevantes como "alquiler de pisos para estudiantes".
- **Colaboración con Universidades:**  
Estableceremos acuerdos con universidades para que promocionen nuestra app entre sus estudiantes. Esto podría incluir la distribución de folletos digitales, menciones en boletines informativos, presencia en eventos de bienvenida o días de puertas abiertas, y enlaces desde sus páginas web oficiales.
- **Marketing de Influencers:**  
Trabajaremos con influencers que se dirijan al público estudiantil, ya sea en redes sociales o YouTube. A través de su contenido, los influencers mostrarán la facilidad de uso de la app y cómo puede ser una herramienta esencial para quienes buscan su primer piso.
- **Estrategia de Contenido:**  
Creamos un blog dentro de la app y en su página web, ofreciendo contenido valioso como:
  - Consejos para alquilar un piso sin complicaciones.
  - Cómo gestionar contratos de alquiler.
  - Guías prácticas sobre vivir en pisos compartidos.Optimizaremos este contenido con técnicas SEO para atraer tráfico orgánico desde motores de búsqueda.

## 2. Canales de Distribución

Nuestra propuesta de valor llegará al cliente a través de una plataforma digital completamente accesible. Hemos diseñado un sistema que elimina barreras de acceso y pone el servicio al alcance de todos:

- **Tienda de Aplicaciones:**  
Nuestra aplicación estará disponible para descarga gratuita en las principales tiendas (Google Play y App Store). La descripción de la app destacará sus beneficios clave, como la facilidad de uso, los filtros avanzados y la personalización según las necesidades del estudiante.
- **Página Web Responsiva:**  
Además de la aplicación móvil, habilitaremos una página web optimizada para cualquier dispositivo. De esta manera, los usuarios podrán buscar pisos tanto desde sus móviles como desde un ordenador.
- **Integración con Plataformas Universitarias:**  
Exploraremos colaboraciones con universidades para integrar nuestra plataforma en sus herramientas internas, como portales de estudiantes o foros oficiales. Esto ayudará a maximizar la visibilidad entre quienes más la necesitan.

## 3. Canales de Venta

Aunque la aplicación será gratuita para el usuario básico, ofreceremos funciones premium para aquellos que deseen mejorar su experiencia. Estas funciones incluyen destacar anuncios, aplicar filtros más precisos o acceder a herramientas adicionales, y se podrán adquirir mediante:

- **App y Página Web:**  
Todas las compras de servicios premium se realizarán de forma sencilla desde la aplicación o la web. Los usuarios podrán pagar con tarjetas de crédito, débito o servicios como PayPal, garantizando comodidad y seguridad.
- **Estrategia Freemium:**  
Para atraer a más usuarios, implementaremos una estrategia freemium, donde las funcionalidades básicas serán gratuitas, y las herramientas avanzadas estarán disponibles bajo suscripción. Esto permitirá a los usuarios probar el valor de la aplicación antes de invertir en servicios adicionales.

## 4. Fases del Canal

Nuestro enfoque en los canales abarca las cinco fases esenciales para garantizar una experiencia integral al cliente:

1. **Percepción:**

Atraeremos la atención de los estudiantes mediante campañas digitales, colaboraciones estratégicas y contenido relevante, asegurando que descubran nuestra aplicación.

2. **Evaluación:**

Proporcionaremos descripciones claras y ejemplos visuales que expliquen cómo nuestra app simplifica la búsqueda de pisos, ayudando a los usuarios a decidir si es la mejor opción para ellos.

3. **Compra:**

Facilitaremos el acceso a funciones premium con un proceso de compra intuitivo, integrado en la aplicación y la web, con múltiples opciones de pago seguras.

4. **Entrega:**

La aplicación estará disponible para descarga inmediata, y su diseño intuitivo permitirá que los usuarios comiencen a utilizarla al registrarse, sin complicaciones.

5. **Post-venta:**

Ofreceremos un sistema de soporte robusto, con chatbots para resolver dudas frecuentes, atención al cliente personalizada por correo electrónico, y una sección de ayuda dentro de la app.

## Impacto Esperado

Con esta estrategia, pretendemos maximizar nuestra visibilidad y asegurar una experiencia fluida en todas las interacciones del usuario con nuestra app. Al enfocarnos en canales digitales, reducimos costos y aumentamos la eficiencia, llegando directamente al segmento de mercado que más necesita nuestra solución: estudiantes que buscan un piso de forma temporal y sin complicaciones.