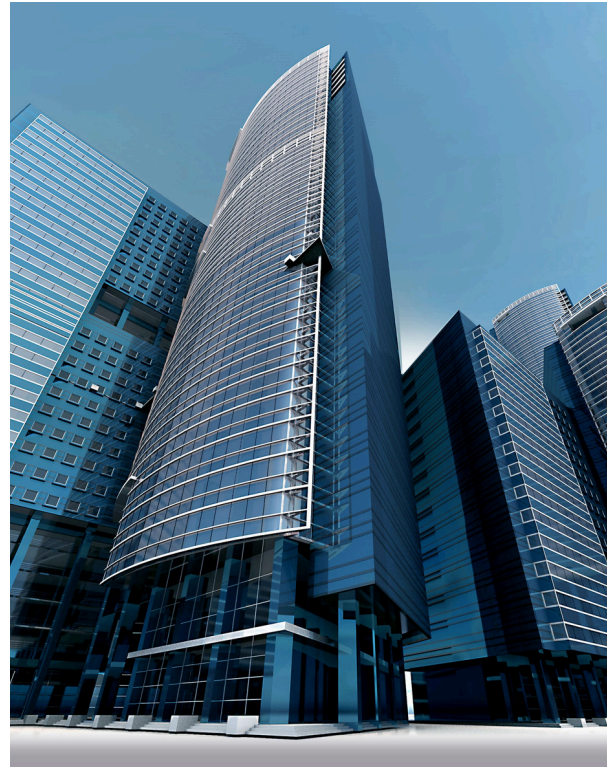


CANALES

CANALES DE COMUNICACIÓN

- 1. Redes Sociales:** Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok son ideales para mostrar cortes de cabello, estilos y promociones. También permiten interactuar directamente con los clientes.
- 2. Página Web:** Tener un sitio web donde los clientes puedan ver servicios, precios, horarios y hacer reservas en línea es muy útil.
- 3. Email:** Enviar boletines informativos con promociones, consejos de cuidado del cabello y novedades puede mantener a los clientes informados y comprometidos.
- 4. Teléfono:** Un número de contacto para reservas y consultas sigue siendo un canal importante y directo.
- 5. Publicidad Local:** Volantes, carteles y anuncios en medios locales pueden atraer a nuevos clientes.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- 1. Servicio en el Local:** Este es el canal principal. Los clientes visitan la barbería para recibir servicios de corte de cabello, afeitado y otros tratamientos de belleza.
- 2. Reservas en Línea:** Muchas barberías ofrecen la opción de reservar citas a través de su página web o aplicaciones móviles, lo que facilita la planificación para los clientes.
- 3. Delivery de Productos:** Algunas barberías venden productos para el cuidado del cabello y la barba, como champús, aceites y ceras. Pueden ofrecer la opción de entrega a domicilio a través de su sitio web o plataformas de terceros.
- 4. Eventos y Ferias:** Participar en eventos locales o ferias de belleza puede ser una forma efectiva de ofrecer servicios temporales y promocionar la barbería.



CANALES DE VENTA

- 1. Venta Directa en el Local:** Este es el canal más común. Los clientes visitan la barbería y compran servicios como cortes de cabello, afeitados y tratamientos de belleza directamente en el establecimiento.
- 2. Reservas en Línea:** A través de una página web o una aplicación, los clientes pueden reservar citas y pagar por adelantado, lo que facilita el proceso de compra.
- 3. Venta de Productos:** Muchas barberías venden productos para el cuidado del cabello y la barba, como champús, aceites, ceras y productos de styling. Estos pueden ser vendidos tanto en el local como a través de una tienda en línea.
- 4. Redes Sociales:** Utilizar plataformas como Instagram o Facebook para promocionar servicios y productos, y permitir que los clientes realicen pedidos o reservas a través de mensajes directos.