

CANALES

A continuación, se va a proceder a la explicación de qué canales serán utilizados para dar visibilidad al servicio y cómo se llevará a cabo la comunicación entre empresa y clientes.

1. **¿A través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?**

Principalmente por aplicaciones móviles, redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube), correo electrónico y chat en vivo. Estas plataformas son las más utilizadas por jóvenes. También dispondremos de una página web como método informativo, para que así puedan preguntar dudas que no puedan ser resueltas en la app.

2. **¿Cómo les contactamos ahora?**

Mediante campañas de concienciación en redes sociales y presencia en eventos estudiantiles o webinars sobre independencia.

3. **¿Cómo están integrados nuestros canales?**

A través de estrategias de marketing omnicanal donde la interacción fluida entre redes sociales, el sitio web de la app y el soporte directo permite a los clientes obtener información.

¿Cuáles funcionan mejor?

Las redes sociales visuales (TikTok e Instagram) suelen tener mayor impacto debido a su alta tasa de uso en el segmento joven.

4. **¿Cuáles son más eficientes en costes?**

Campañas digitales en redes sociales y marketing de influencers de microescala, ya que ofrecen alta rentabilidad frente a publicidad tradicional.

5. **¿Cómo los integramos con las rutinas del cliente?**

Creando notificaciones en la app, recordatorios interactivos y consejos diarios que se alineen con horarios y rutinas comunes de los jóvenes (estudios, trabajo, ocio).