

Canales.

Los canales son los medios a través de los que nuestra empresa interactúa con los clientes, entregando nuestra propuesta de valor y asegurando que nuestro servicio sea el mejor posible. Estos son tanto directos como indirectos:

- **Página web personalizada (directo).** Es el canal principal donde los clientes pueden elegir y pedir el producto que deseen. Diseñada para ser intuitiva, eficiente y personalizada, nuestra página web permite a los usuarios seleccionar y contratar servicios de manera sencilla. Además, incorpora un sistema de atención al cliente integrado, que resuelve dudas o problemas en tiempo real, lo que refuerza la confianza y fidelidad de los clientes hacia nuestra marca.
- **Redes sociales (indirecto),** plataformas como Facebook, TikTok o Instagram funcionan como elemento publicitario ya que mediante ellas la empresa se da a conocer, además permiten construir una comunidad y generar confianza.
- **Publicidad en línea (indirecto),** a través de canales como Google ads o publicidad en plataformas de terceros la empresa se comunica con los clientes de forma indirecta. Estos anuncios al igual que las redes sociales permiten atraer clientela.

Para mejorar la eficiencia de los canales, implementaremos en la página web las siguientes iniciativas:

- **Incorporación de un sistema de seguimiento en tiempo real,** el sistema permite a los clientes rastrear sus pedidos en cualquier momento. Esta funcionalidad proporciona tranquilidad y refuerza la transparencia. Para realizarse esto la empresa tendría que utilizar una plataforma de geolocalización como Google maps o utilizar un software.
- **Sistema de fidelización:** programa de recompensas o puntos que fomente el consumo en nuestra empresa creando clientes fieles ofreciendo por ejemplo descuentos o envíos gratis. Para esto hay que incluir un programa de puntos integrado directamente en la página web.