

6. Canales

6.1 Vías de Comunicación

Las vías de comunicación son esenciales para promocionar el servicio y conectar con los nuevos usuarios de manera efectiva. En mundo ECO usamos un enfoque multicanal en el combinamos medios digitales y físicos.

1. Redes sociales (Instagram, tiktok, X...)

Objetivo:

Crear conciencia sobre el reciclaje y promover el uso de las máquinas.

Estrategias:

Publicaciones frecuentes sobre los beneficios del reciclaje.

Historias y video cortos que expliquen el proceso de uso de las máquinas.

Campañas de concienciación con influencers y figuras públicas ecológicas.

2. Material informativo en supermercados:

Objetivo:

Alcanzar a los clientes directamente en el lugar donde se encuentran las máquinas.

Estrategias:

Carteles y folletos ubicados en áreas estratégicas como entradas y cajas.

Pantallas en las máquinas que muestren información educativa sobre el reciclaje.

3. Colaboraciones con instituciones educativas y ONGs:

Objetivo:

Educar a las nuevas generaciones y amplificar la misión ambiental del proyecto.

Estrategias:

Charlas en escuelas y universidades sobre sostenibilidad. Campañas conjuntas con ONGs para promover el uso de las máquinas.



4. Publicidad tradicional:

Objetivo:

Alcanzar a segmentos de clientes menos activos en redes sociales.

Estrategias:

Anuncios en radio y prensa local.

Publicidad en autobuses y transporte público en zonas urbanas.

5. Correos electrónicos y SMS:

Objetivo:

Mantener a los usuarios informados y fidelizados.

Estrategías:

Envío de boletines con estadísticas de impacto ambiental (por ejemplo: “Este mes reciclaste 50 botellas, equivalente a X kg de plástico”).

6.2. Vías de distribución:

La distribución de la propuesta de valor se realiza mediante la instalación estratégica de las máquinas y el diseño de procesos que faciliten la experiencia del cliente:

1. Ubicación de las máquinas en supermercados:

Criterios de selección:

- Supermercados con alto tránsito (en nuestro caso Alcampo).
- Áreas de fácil acceso, como entradas principales o zonas cercanas a las cajas.

Beneficios:

- Los usuarios pueden integrar el reciclaje en su rutina diaria de compras.
- Aumenta la visibilidad y la probabilidad del uso de máquinas.

2. Expansión geográfica progresiva:

Fase inicial: Salamanca.

Fase de expansión: Ciudades vecinas, y más grandes para maximizar el impacto y los ingresos.

Proyección a largo plazo: Incluir otras cadenas grandes de supermercados y eventualmente negocios más pequeños pero concurridos.

3. Automatización del proceso:

Características de las máquinas:

- Interfaz sencilla para facilitar el uso.
- Emisión automática de créditos a las tarjetas de los usuarios.

Beneficio para los usuarios: Un proceso rápido, eficiente y sin barreras tecnológicas.

4. Reducción de barreras al cliente:

Estrategias:

- Registro opcional para facilitar el acceso inmediato al servicio.
- Máquinas diseñadas para aceptar botellas plásticas sin necesidad de clasificación previa.

5. Colaboraciones con centros de reciclaje:

Objetivo: Garantizar que las botellas recolectadas se procesen de manera sostenible.

Estrategias:

- Establecer alianzas con empresas de gestión de residuos.
- Monitoreo y trazabilidad de las botellas recicladas para asegurar su reutilización efectiva.

6.3. Evaluación de los canales:

La efectividad de los canales se mide mediante indicadores clave de rendimiento:

1. Tasa de uso de las máquinas: número de botellas recicladas por ubicación.
2. Interacciones en redes sociales: seguidores, comentarios y alcance de publicaciones.
3. Participación en eventos educativos: número de personas impactadas en campañas escolares o con ONGs.
4. Satisfacción del cliente: encuestas en línea sobre la experiencia de los usuarios.