

CANALES DE DISTRIBUCIÓN y COMUNICACIONES

Hemos decidido que para mi restaurante temático con espectáculos en vivo, los **canales** son esenciales para llegar a nuestros clientes y ofrecerles una experiencia completa.

Los dividiremos en tres tipos:

1. **Canales de Comunicación:** Usamos redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) y publicidad digital (Google, anuncios en redes) para atraer clientes. También hacemos marketing por correo electrónico para mantenerlos informados sobre eventos y promociones.
2. **Canales de Distribución:** el sitio web es la plataforma principal donde los clientes podrán consultar menús, reservar mesas y comprar entradas para los espectáculos. También estamos en plataformas de reservas como OpenTable y aplicaciones de recomendación como TripAdvisor.
3. **Canales de Venta:** Los clientes pueden hacer reservas online y comprar entradas directamente en el sitio web. Ofrecemos opciones de pago simples y promociones especiales para grupos o eventos privados.

Las 5 fases de los canales:

1. **Percepción:** El cliente conoce el restaurante a través de los canales de comunicación (redes sociales, anuncios, recomendaciones).
2. **Evaluación:** El cliente investiga más sobre el restaurante, consulta el menú, los eventos y lee reseñas en el sitio web y plataformas de recomendaciones.
3. **Compra:** El cliente realiza una **reserva** para cenar o compra **entradas** para el espectáculo a través de la página web.
4. **Entrega:** El cliente disfruta de la comida y el espectáculo en el restaurante, teniendo una experiencia completa.

5. **Post-venta:** Después de la visita, envió un correo de agradecimiento, ofrezco descuentos para la próxima visita y fomento la interacción en redes sociales.