

Canales propios

Nuestro objetivo es conectar con nuestros clientes mediante tiendas propias, tanto físicas como online, distribuidas a nivel internacional. Sin embargo, al principio intentaremos listar nuestros productos en plataformas grandes como Amazon o Emag.

Además de esto, una buena estrategia de marketing sería la publicidad en la que nuestro sistema sería de gran ayuda en escenarios cotidianos que podríamos afrontar (por ejemplo, encontrar una pertenencia robada o perdida en el exterior). Dada la considerable influencia de los creadores de contenido y la digitalización en la actualidad, otra estrategia sería asociarnos con *influencers* que promocionen el Ojo de Dios mediante reseñas reales.



Andreea Stroe se encargará de desarrollar y gestionar la página web y las redes sociales enfocadas en la venta directa. Con la futura expansión, Rossana asumirá la responsabilidad de supervisar el inventario en las tiendas físicas.