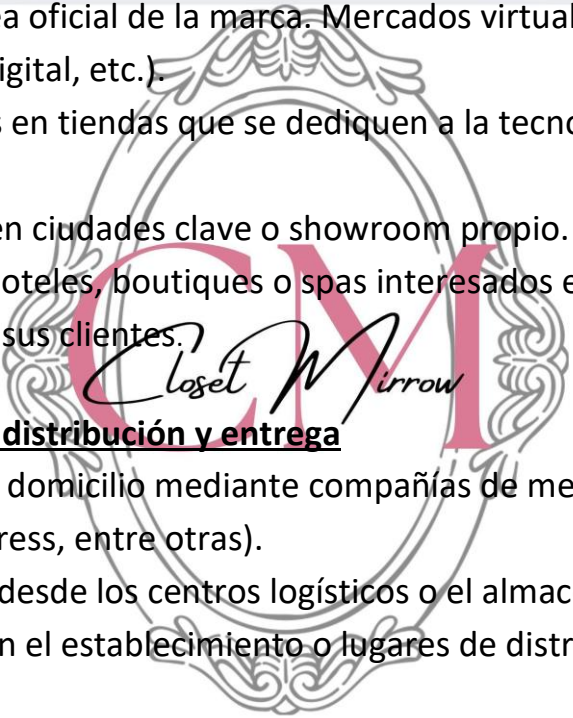


CANALES

1. Canales de comunicación

- Página web de la empresa con un inventario de espejos inteligentes.
- Plataformas de redes sociales (LinkedIn, Instagram, Facebook y TikTok) para mostrar consejos, estilos y productos.
- Campañas de mercadotecnia digital (Google Ads, influencers de moda).
- Ferias de moda y tecnología que son sustentables.
- Artículos publicados en blogs o revistas que toquen temáticas de estilo de vida y tecnología.

2. Canales de venta

- 
- Tienda en línea oficial de la marca. Mercados virtuales (como Amazon, El Corte Inglés digital, etc.).
 - Distribuidores en tiendas que se dediquen a la tecnología, la decoración o la moda.
 - Tienda física en ciudades clave o showroom propio.
 - Venta B2B a hoteles, boutiques o spas interesados en ofrecer espejos inteligentes a sus clientes.

3. Canales de distribución y entrega

- Distribución a domicilio mediante compañías de mensajería (como SEUR y Correos Express, entre otras).
- Envío directo desde los centros logísticos o el almacén propio.
- Recolección en el establecimiento o lugares de distribución asociados.

4. Canales de atención y fidelización

- Servicio posventa en línea, ya sea por chat, teléfono o correo electrónico.
- Aplicación para dispositivos móviles que permite ajustar el espejo y obtener asistencia.
- Programas de fidelización o rebajas por renovación del producto.
- Encuestas de satisfacción y asistencia técnica a distancia.