

Canales

Los canales de EasyCart se dividen en aquellos destinados a captar usuarios, entregar el servicio y mantener la relación continua con los clientes. Cada canal está pensado para aumentar la visibilidad de la app, facilitar su uso y mejorar la experiencia del usuario desde el primer contacto hasta la fidelización.

1. Canales de Adquisición

EasyCart se da a conocer principalmente a través de su presencia en redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube, donde publica contenido práctico relacionado con recetas fáciles, hábitos saludables y trucos para ahorrar en la compra. Este tipo de contenido no solo genera interés, sino que también permite que los posibles usuarios entiendan rápidamente la utilidad de la app en su vida diaria.

Además, la publicidad digital segmentada en Google y Meta permite llegar directamente a personas con necesidades concretas como mejorar su alimentación, gestionar su presupuesto o ahorrar tiempo, incrementando la visibilidad de la marca. Las colaboraciones con supermercados y plataformas de entrega también actúan como puerta de entrada: aparecer en sus webs o apps refuerza la confianza y facilita el descubrimiento de EasyCart a través de marcas conocidas.

2. Canales de Entrega

La app móvil es el canal central donde se entrega todo el valor: planificación automática de menús, generación de listas de compra y conexión con supermercados y servicios de delivery. También se complementa con una página web que sirve como punto de información, soporte y acceso alternativo a algunas funciones.

3. Canales de Relación y Fidelización

Para mantener la relación con los usuarios, EasyCart utiliza notificaciones push y correo electrónico, enviando recordatorios de compra, sugerencias de menús, ofertas y novedades de la app. Además, la comunidad digital y el soporte dentro de la app refuerzan la experiencia, ayudando a que el usuario se sienta acompañado y mantenga el hábito de usar la plataforma.

4. Canales para socios estratégicos

Para asegurar integraciones fluidas y alianzas de calidad, EasyCart cuenta con un equipo dedicado a la gestión de acuerdos comerciales. Este equipo se encarga de coordinar reuniones periódicas con supermercados, plataformas de delivery y

marcas alimentarias para negociar condiciones, revisar oportunidades y explorar nuevas colaboraciones.

Durante estas reuniones se definen aspectos clave como la integración de catálogos y precios, la inclusión de promociones exclusivas, la sincronización de inventarios, así como los detalles técnicos necesarios para conectar los sistemas logísticos mediante API.

Este canal relacional no solo fortalece la red de socios estratégicos, sino que asegura que las integraciones funcionen correctamente y que los usuarios reciban una experiencia fluida, con productos disponibles, precios actualizados y opciones de entrega eficientes. A través de estos acuerdos continuos, EasyCart construye un ecosistema sólido donde todos los actores —usuarios, supermercados y la propia app— se benefician.