

# CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Es imprescindible enfocar la atención en tres grupos fundamentales para que "Memoria de Vida" llegue verdaderamente a las personas a las que se dirige: los adultos mayores, sus parientes y los hogares o centros de asistencia. La divulgación del servicio se ejecutará por medio de una página web, redes sociales y talleres y pláticas en centros para personas mayores. Estos últimos hacen posible que el proyecto sea explicado de manera directa y cercana.

El mensaje que se divulgue debe enfocarse en las ventajas que brinda: fortalecer la relación entre el anciano y su familia, mejorar el bienestar emocional y ayudar a recordar momentos felices. Asimismo, establecer acuerdos con asociaciones y residencias es crucial para ganar confianza y llegar a más individuos.

En cuanto a los **canales de comunicación**, el objetivo es que el servicio sea conocido, que inspire seguridad y que tanto familiares como cuidadores puedan valorar el impacto emocional y la calidad de lo que se ofrece.

Respecto al **Marketing Digital**, se creará una página web adaptada a móviles y diseñada con un enfoque de storytelling, para transmitir bien la parte emocional del proyecto.

Las **alianzas**, por su parte, incluirán el contacto directo con asociaciones de Alzheimer, centros de día y residencias de ancianos. Estos lugares funcionarán como prescriptores y también como un canal adicional para dar a conocer el servicio.

En redes sociales, especialmente en Facebook e Instagram, se publicará contenido educativo sobre la importancia de la reminiscencia y de mantener una buena salud mental en la etapa de la vejez.

Los **canales de venta** están pensados para que el acceso al servicio sea lo más sencillo posible. En el caso de los familiares, la contratación se hará online mediante un sistema de suscripción mensual o trimestral. Para las instituciones, habrá un equipo de ventas especializado en negociar directamente con residencias y centros de cuidado, ofreciendo paquetes adaptados a sus necesidades.

Por último, los **canales de distribución** se encargarán de que la experiencia se entregue de forma fluida y de que el acompañamiento posterior sea de calidad, garantizando una atención completa en todo momento.