



## 5. CANALES

### A. Principales Vías de Comunicación de nuestra empresa, con los Clientes

Para comunicar el proyecto de nuestra línea de prendas y llegar a los distintos tipos de clientes, utilizamos varios canales que permiten enseñar de forma sencilla cómo una prenda de vestir te ayuda a evitar pagar por el equipaje de mano y las restricciones de peso.

#### **Redes sociales:**

Son los canales principales para captar la atención del público joven, generar contenido viral, mostrar demostraciones del producto y construir comunidad. Funcionan como la vía más rápida y eficaz de comunicación visual y emocional.

#### **Página web y tienda online:**

Actúan como vía formal de información detallada, atención al cliente, gestión de compras y resolución de dudas. Permiten una comunicación clara, profesional y directa con todos los segmentos.

#### **Nuestra página web:**

<https://rhoa.webnode.es/>

#### **Influencers y usuarios reales**

El contenido creado por viajeros y creadores ayuda a que el producto parezca más cercano y confiable. Son ellos quienes enseñan el uso de las prendas en aeropuertos o viajes reales, lo que facilita que otros clientes se identifiquen con el problema del equipaje.

#### **Publicidad digital**

A través de anuncios en redes sociales o buscadores podemos llegar a personas con intereses relacionados con viaje, aerolíneas económicas o trucos para



## BackPack RHOA (Viajar Sin Pagar)

ahorrar al volar. Esto permite atraer clientes que tal vez no hayan visto el contenido viral.

### Email y comunicación directa

El correo o los mensajes automáticos sirven para mantener el contacto con quienes mostraron interés. Permiten informar sobre ofertas, resolver dudas o recordarles el producto, lo que ayuda a completar la compra.

### Atención al cliente por chat o mensajería:

WhatsApp Business, chat web o mensajes directos en redes sociales permiten resolver dudas en tiempo real y ofrecer una experiencia cercana, especialmente útil para jóvenes y viajeros frecuentes.

### Encuesta de satisfacción:

<https://rachrguig.questionpro.com/t/Ab3RUZ7rYN>

La presente encuesta tiene como finalidad medir el grado de satisfacción de nuestra clientela con los productos de la línea **BackPack RHOA**, así como conocer su experiencia de uso en relación con la funcionalidad, comodidad y utilidad de las prendas durante sus desplazamientos. Asimismo, esta encuesta ofrece a las personas participantes la oportunidad de proponer sugerencias, aportar comentarios y expresar opiniones que nos permitan mejorar el diseño, la calidad y los servicios asociados al producto.

La información recogida será utilizada exclusivamente con fines de análisis y mejora continua, contribuyendo al desarrollo de soluciones innovadoras que respondan de forma más eficaz a las necesidades de los viajeros. Las respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima.



## **B. Principales Vías de Distribución de nuestra empresa al Cliente**

La distribución de las prendas de la línea Backpack se centrará principalmente en canales digitales que permitan llegar a los segmentos de clientes de forma rápida, accesible y escalable, optimizando la experiencia de compra y facilitando la adopción del producto. La plataforma de comercio electrónico propia será el canal principal de distribución, permitiendo ofrecer toda la gama de productos, gestionar pagos de forma segura y brindar envíos nacionales e internacionales. Este canal también permitirá dirigir el tráfico generado por las redes sociales y las campañas de viralización, resultando especialmente atractivo para jóvenes y estudiantes que valoran la comodidad de comprar online.

Adicionalmente, se recurrirá a marketplaces seleccionados, especialmente aquellos orientados a moda funcional, innovación o viajes. Estos marketplaces incrementarán la visibilidad del producto y facilitarán la entrada a nuevos mercados, llegando a viajeros frecuentes y otros públicos interesados.

La distribución física selectiva mediante tiendas especializadas en artículos de viaje, moda urbana o diseño innovador permitirá que los clientes puedan conocer, tocar y probar las prendas, aumentando la confianza y la percepción de calidad. La presencia en eventos y ferias de moda y viajes será otra vía importante para mostrar la innovación y funcionalidad de las prendas directamente al cliente objetivo, generando interés y fidelización.

Finalmente, la distribución se complementará con envíos eficientes, embalajes sostenibles y logística optimizada, garantizando que la experiencia de compra sea completa, segura y satisfactoria. También se podrán implementar canales de preventa y suscripción, que distribuyan los productos directamente antes del lanzamiento oficial, generando exclusividad y fomentando la creación de comunidad alrededor de la marca.

Estas vías aseguran que la propuesta de valor de Rhoa llegue de manera eficiente, directa y estratégica a cada segmento de clientes, maximizando el alcance, la accesibilidad y la experiencia de compra.