

5. CANALES

5.1. Principales vías de comunicación con los clientes

La **comunicación** con los clientes es un elemento esencial para **generar confianza**, **mantener el misterio** del concepto y ofrecer una **experiencia personalizada** desde el primer momento. La agencia cuenta con varias vías de comunicación adaptadas a los distintos grupos de clientes y etapas del viaje.

En primer lugar, **la página web y la aplicación móvil** serán los canales principales de información y reserva. A través de estas plataformas, los clientes podrán crear su perfil, seleccionar preferencias, consultar paquetes disponibles y recibir pistas o notificaciones sobre su experiencia sorpresa.

Además, **el correo electrónico y los mensajes personalizados** (vía WhatsApp o chat en la app) serán canales directos para la atención al cliente, envío de confirmaciones, recordatorias y revelaciones del viaje. Esta comunicación personalizada permitirá mantener la emoción y cuidar cada detalle del proceso.

Por último, la agencia contará con un **servicio de atención personalizada**, tanto **digital** como **telefónica**, para resolver dudas, ofrecer asesoramiento y garantizar un acompañamiento cercano, antes, durante y después del viaje.

5.2. Principales vías de distribución de nuestra propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor **viajes sorpresa personalizados** se distribuyen a través de diferentes canales que permiten llegar al cliente de forma directa, rápida y eficaz. Estos canales facilitan tanto la promoción del servicio como la reserva y la comunicación con la empresa.

Las principales vías de distribución son:

1. Página web oficial:

Es el canal principal para la contratación del servicio. En ella, el cliente puede registrarse, rellenar un formulario sobre sus preferencias, informarse sobre los servicios que ofrecemos, etc.

Para ello, hemos creado una página web de nuestra empresa donde se pueden explorar todos los apartados de la agencia: viajes sorpresa, servicios, experiencias y la personalización del viaje.

La web se encuentra configurada en **modo privado**, por lo que solo es accesible mediante una contraseña. Para poder visualizarla correctamente, es necesario introducir el siguiente código de acceso: **innovarte**.

De este modo, se puede acceder a todo el contenido de la página web, permitiendo explorar todos los contenidos de forma segura y completa.

La página web se presenta a continuación:

blindtrip.squarespace.com

2. Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook):

Se utilizan como medio de difusión, promoción y contacto directo con los clientes. Permiten mostrar experiencias reales, publicar ofertas y generar confianza en la marca. Además, tendrán un papel fundamental para conectar con un público joven y curioso, compartir contenido inspirador y generar comunidad. Estas plataformas también servirán para difundir testimonios, historias de viajero y campañas de intriga que mantengan el interés y la expectativa.

3. Colaboraciones con influencers y blogs de viajes:

Se establecerán alianzas con creadores de contenido e influencers, que actuarán representando la marca, compartiendo sus experiencias sorpresa y atrayendo nuevos clientes mediante recomendaciones reales.

4. Correo electrónico y atención personalizada:

Este canal permite enviar boletines informativos con ofertas exclusivas, nuevos destinos sorpresa, testimonios de viajeros y consejos de viaje que fomenten la fidelización. Además, mediante campañas de email marketing, se puede segmentar a los clientes según sus intereses y enviarles propuestas adaptadas, manteniendo así el vínculo con la marca incluso después de haber viajado.

5. Ferias y eventos turísticos:

Permiten dar a conocer la agencia en entornos profesionales, establecer alianzas y atraer clientes interesados en nuevas experiencias de viaje.