

6. Canales

Los canales de la empresa definen la forma en la que se da a conocer al mercado, se comunica con sus clientes, vende sus productos y servicios, y entrega valor antes, durante y después de la compra. Dado que se trata de un modelo de negocio inmobiliario y tecnológico, los canales combinan medios digitales, atención directa y colaboraciones estratégicas, permitiendo operar de manera eficiente en España, Portugal y Andorra.

1. Página web corporativa

La página web es el canal principal de información y captación de clientes. A través de ella, los usuarios pueden conocer en detalle la empresa, su propuesta de valor, los chalets prefabricados personalizados, las opciones de diseño, los sistemas inteligentes y el compromiso con la sostenibilidad.

Además, la web permite:

- Solicitar información y presupuestos personalizados.
- Contactar con asesores especializados.
- Acceder a contenidos informativos sobre eficiencia energética y construcción sostenible.

Este canal es clave para generar una primera impresión profesional y transmitir confianza.

2. Canales digitales de comunicación

La empresa utiliza diversos canales digitales para mantener una comunicación fluida y continua con los clientes:

- Correo electrónico para el envío de información, documentación y seguimiento del proyecto.
- Videollamadas para reuniones, presentaciones de diseños y toma de decisiones a distancia.
- Formularios y plataformas online para la gestión de consultas y solicitudes.

Estos canales permiten ofrecer un servicio cercano y eficiente, independientemente de la ubicación geográfica del cliente.

3. Redes sociales y presencia online

Las redes sociales actúan como un canal de difusión, marketing y posicionamiento de marca. A través de ellas, la empresa:

- Muestra proyectos realizados y casos de éxito.
- Comunica sus valores de sostenibilidad, innovación y eficiencia.
- Genera visibilidad y atrae a nuevos clientes e inversores.

Este canal es especialmente relevante para llegar a clientes jóvenes, empresas turísticas y públicos interesados en vivienda sostenible.

4. Atención comercial directa y personalizada

La venta de chalets prefabricados requiere un trato directo y personalizado. Por ello, la empresa utiliza canales de atención comercial directa mediante:

- Reuniones presenciales.
- Reuniones virtuales con asesores especializados.

Este canal permite adaptar la oferta a las necesidades específicas de cada cliente, resolver dudas y generar una relación de confianza durante el proceso de compra y construcción.

5. Colaboraciones y alianzas estratégicas

La empresa establece acuerdos con:

- Empresas del sector turístico.
- Agencias inmobiliarias.
- Plataformas de alquiler vacacional.

Estas colaboraciones funcionan como canales indirectos de venta y distribución, facilitando la comercialización de los chalets y su explotación en zonas turísticas.

6. Canales de postventa y mantenimiento

Una vez entregado el chalet, la empresa mantiene el contacto con el cliente a través de canales de postventa, que incluyen:

- Soporte técnico y mantenimiento.
- Gestión de alquileres turísticos.
- Atención para mejoras o ampliaciones futuras.

Estos canales permiten prolongar la relación con el cliente, fomentar la fidelización y garantizar el correcto funcionamiento de las viviendas a largo plazo.