

## Canales

El negocio utiliza principalmente canales digitales para atraer clientes, como redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest). También participa en ferias y eventos gastronómicos para dar degustaciones y captar suscriptores.

Las ventas se realizan sobre todo a través del sitio web, donde los clientes gestionan su suscripción, aunque también pueden apoyarse en marketplaces especializados y en ventas corporativas para empresas.

La entrega de los postres se realiza mediante envío a domicilio, con seguimiento en tiempo real. También se pueden programar horarios de entrega.

Para fidelizar al cliente, se usan emails, redes sociales, WhatsApp o chat web, además de programas de puntos y beneficios especiales. En la posventa, el negocio gestiona encuestas mensuales, soporte rápido y una comunidad de suscriptores que mantiene viva la experiencia.

