

Canales

Los canales describen cómo el negocio comunica su propuesta de valor y cómo llega físicamente a sus clientes.

- Redes Sociales: Es el canal principal de comunicación directa. Plataformas como Instagram, TikTok o incluso Discord (muy común en la comunidad gamer) sirven para anunciar torneos, fotos del ambiente y promociones diarias.
- Página web con calendario de eventos y reservas: Funciona como el centro de información oficial. El calendario permite que los usuarios planifiquen su visita según el juego o el idioma que se practique ese día. El sistema de reservas asegura la gestión del aforo, especialmente para los equipos de gaming.
- Colaboración con universidades, academias de idiomas y asociaciones juveniles: Este es un canal indirecto de prescripción. Al aliarse con estas instituciones, el "Level Up Bar" accede a una base de clientes ya segmentada (estudiantes Erasmus o jóvenes locales) que confían en las recomendaciones de su centro de estudios.
- Publicidad en centros educativos: El uso de cartelería física o digital en tablones de anuncios de universidades y escuelas permite captar la atención de los jóvenes en su entorno cotidiano, reforzando la visibilidad de la marca.