

3. Canales de distribución



Utilizaremos canales físicos y digitales.

Tiendas físicas: Decathlon (principal), tiendas deportivas locales y tiendas de tecnología.

Canal online: página web propia y marketplaces.

Canales de comunicación: redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube), ferias de innovación y eventos deportivos.

Estos canales nos permiten mostrar el producto, explicar su funcionamiento y llegar directamente a nuestro público objetivo.

