

6. Canales:

Los canales de ReStyle son las vías que utilizamos para comunicarnos con los clientes y para distribuir nuestra propuesta de valor a los distintos segmentos de mercado. A través de estos canales, los usuarios pueden conocer la app, interactuar con la comunidad y acceder a todas las herramientas que ofrece el proyecto. Son lo

App móvil

La app móvil es el canal principal de comunicación y de distribución de la propuesta de valor de ReStyle. Funciona como una especie de red social creativa, donde los usuarios pueden publicar fotos de sus prendas reutilizadas, compartir sus diseños y servir de inspiración a otros miembros de la comunidad. Además, los usuarios pueden grabar y subir sus propios tutoriales explicando el proceso de transformación de la ropa.

La aplicación también incorpora inteligencia artificial, que ayuda a los usuarios a generar ideas de personalización y a recibir recomendaciones según la prenda que quieran transformar. Desde la app se gestionan los kits personalizados, la compra y venta de prendas y la comunicación directa mediante notificaciones y mensajes.

Redes sociales (Instagram, TikTok y Pinterest)

Las redes sociales se utilizan como un canal de comunicación con los distintos segmentos de clientes. En ellas se comparten diseños, vídeos cortos de transformaciones y contenido visual relacionado con la creatividad y la reutilización de ropa. Su función principal es atraer nuevos usuarios, dar visibilidad al proyecto y dirigir el tráfico hacia la app.

Página web y blog

La página web funciona como un canal complementario de comunicación. En ella se explica el proyecto, su funcionamiento y sus valores. El blog refuerza la propuesta de valor mostrando contenido relacionado con la sostenibilidad y la reutilización de prendas, ayudando a consolidar la imagen de ReStyle.

Publicidad digital

La publicidad digital permite ampliar el alcance del proyecto y llegar a nuevos segmentos de clientes interesados en la moda sostenible y la personalización. A

través de anuncios en plataformas digitales, se promociona la app y se facilita el acceso a sus servicios.

En conclusión, gracias a estos canales, ReStyle puede comunicarse de forma directa con sus usuarios y distribuir su propuesta de valor de manera eficaz. La app móvil concentra la experiencia principal, mientras que las redes sociales, la página web y la publicidad digital apoyan la difusión del proyecto y contribuyen a su crecimiento.