

2. Guía para desarrollarlo

- Identificar las vías de comunicación:

Para empezar, como somos nuevos iniciaremos creando cuentas en plataformas como Instagram o Tik tok, haciendo publicidad de nuestra aplicación y tienda física, junto con anuncios publicitarios en tales aplicaciones y en carteles físicos, tras eso daremos indicaciones de como llegar a nuestra tienda.

- Identificar las vías de distribución:

SAVI es una aplicación para facilitar ciertas actividades a los dueños de animales, por lo cual se les ofrecen servicios a través de la aplicación, tras eso, se les ofrecerán servicios como accesorios digitales y cotidianos para sus mascotas, los cuales podrán obtener a través de la aplicación digital o en tienda física, incluyendo servicios a domicilios nacionalmente, a cualquier parte del país.

- Diseñar el flujo completo del canal

1. Percepción

Objetivo: Que los dueños de mascotas conozcan la app y se interesen.

Canales y acciones:

Publicidad en redes sociales (Instagram, TikTok) con videos de mascotas.

Recomendaciones de veterinarias, tiendas de mascotas y protectoras.

Anuncios en Google Play y App Store.

Carteles y códigos QR en la tienda física.

Influencers o creadores de contenido pet-friendly.

2. Evaluación

Objetivo: Que el usuario valore si la app le conviene.

Canales y acciones:

Descarga gratuita de la app.

Pantalla de bienvenida explicando funciones:

Recordatorios (vacunas, comida, paseos).

Rastreo de la mascota.

Acceso a tienda física y online.

Reseñas y valoraciones de otros usuarios.

Comparación entre versión gratuita y funciones premium.

Atención al cliente por chat para dudas.

Resultado esperado: El usuario confía en la app y decide usarla o comprar productos/servicios.

3. Compra

Objetivo: Facilitar la compra de productos o servicios.

Canales y acciones:

Tienda integrada en la app.

Compra de:

Accesorios digitales (localizadores, collares inteligentes).

Productos cotidianos (comida, juguetes, correas).

Métodos de pago:

Tarjeta

Bizum

PayPal

Promociones exclusivas para usuarios de la app.

Opción de recogida en tienda física o envío a domicilio.

4. Entrega

Objetivo: Que el producto llegue de forma rápida y segura.

Canales y acciones:

Envío a domicilio con seguimiento desde la app.

Notificaciones en tiempo real:

Pedido confirmado

En preparación.

En reparto

Recogida en tienda física con código QR.

Empaquetado seguro y adaptado a productos para mascotas.

5. Postventa

Objetivo: Fidelizar al cliente y mantener la relación.

Canales y acciones:

Notificación para valorar el producto y el servicio.

Soporte postventa desde la app (chat o email).

Devoluciones o cambios fáciles.

Recordatorios automáticos para recompras (comida, arena, etc.).

Programa de fidelización:

Puntos por compras
Descuentos
Recompensas para la mascota

Consejos personalizados según la mascota (edad, raza, necesidades).

Alinear los canales con el cliente

Las vías elegidas combinan canales digitales y físicos, asegurando que el servicio sea cómodo, inclusivo y adaptado a las necesidades reales del público objetivo: dueños de mascotas que buscan soluciones prácticas y rápidas para el cuidado diario de sus animales.

- Justificar las elecciones

Los canales elegidos son adecuados porque se adaptan a las necesidades de los dueños de mascotas y al modelo de negocio digital con apoyo físico.

La aplicación móvil es el canal principal, ya que permite usar recordatorios, rastreo y compras de forma rápida y cómoda desde el móvil, que es el dispositivo más utilizado por el público objetivo.

Las redes sociales son adecuadas porque facilitan dar a conocer la app a bajo coste y llegar fácilmente a personas interesadas en mascotas.

La tienda física aporta confianza y atención personalizada, especialmente para la compra de productos tecnológicos, y funciona como punto de recogida.

El servicio a domicilio ofrece comodidad y ahorra tiempo al cliente, además de ampliar las ventas del negocio.

En conjunto, estos canales permiten una experiencia accesible, práctica y coherente con el tipo de clientes y el modelo de negocio.