

# Canales de Comunicación y distribución

Nuestra estrategia de comunicación se diseña para conectar con dos audiencias muy distintas: los usuarios finales (voluntarios) y nuestros clientes corporativos (empresas y ONGs).

Para llegar a nuestro segmento principal, los **Millennials y la Generación Z**, las vías de comunicación principales serán puramente digitales. Utilizaremos las **redes sociales** (Instagram, TikTok y LinkedIn) no sólo como escaparate, sino como canal de interacción bidireccional. Dado que nuestros usuarios son "nativos digitales concienciados", estas plataformas son el medio natural para el diálogo.

Para el segmento B2B (Empresas de RSC y Ayuntamientos) y los centros educativos, la comunicación será más institucional y directa, utilizando el **correo electrónico, marketing de contenidos en LinkedIn y presencia en eventos de sostenibilidad**.

## Vías de Distribución

La distribución de la propuesta de valor de Everdea es híbrida.

1. **Distribución Digital:** La aplicación se distribuye directamente a través de las tiendas de aplicaciones (**Google Play y Apple App Store**). Es la puerta de entrada al ecosistema.
2. **Distribución del Servicio (Presencial):** La ejecución del voluntariado y la validación del impacto ocurren en el mundo físico. La "entrega" final del valor se produce cuando el monitor de la ONG escanea el código del usuario, cerrando el ciclo de servicio.

## Desarrollo de la Estrategia de Comunicación

### Medios y Formas de Contacto

Para que el cliente conozca Everdea, utilizaremos una estrategia de Marketing de Contenidos y Publicidad Segmentada. No se trata de publicidad intrusiva, sino de mostrar el impacto.

- **Redes Sociales:** Publicaremos retos virales y testimonios visuales de las actividades. Esto es usual y necesario en el sector de las apps móviles.
- **Relaciones Públicas:** Colaboración con "eco-influencers" y medios especializados en sostenibilidad para ganar credibilidad.
- **Segmentación:** Para asegurar que el mensaje llegue a los destinatarios deseados, utilizaremos los algoritmos de segmentación de Meta y TikTok, filtrando por intereses en

ecología, voluntariado y actividades al aire libre.

## Materiales de Marketing Efectivos

Los materiales deben ser visuales y explicar rápidamente la mecánica de "Acción = Recompensa".

- **Videos Cortos (Reels/TikToks):** Mostrando el "antes y después" de una limpieza de playa o reforestación. Estos materiales generan ventas (descargas) al apelar a la emoción y al sentido de propósito.
- **Infografías de Impacto:** Gráficos compatibles que muestren "Cuánto CO2 ahorra tu voluntariado".
- **Tutoriales de Gamificación:** Explicaciones sencillas sobre cómo canjear puntos por descuentos, lo cual es clave para fidelizar al usuario desde el primer momento.

## Tasa de Conversión

Esperamos una tasa de conversión optimizada gracias a la naturaleza gratuita de la app para el usuario y el incentivo inmediato de las recompensas.

## Desarrollo de la Estrategia de Distribución

### Canales de Distribución y Entrega

Everdea entrega su servicio directamente al cliente, sin intermediarios comerciales que revendan la app, aunque nos apoyamos en socios estratégicos (ONGs) para la prestación del servicio.

- **Canal On-line:** El usuario descarga la app, se registra y selecciona la actividad.
- **Punto de Servicio:** El usuario acude al lugar físico. Aquí la distribución del servicio es colaborativa: Everdea pone la plataforma y la ONG pone la actividad.
- **Entrega B2B:** Para las empresas clientes, la distribución del valor se realiza mediante el envío digital de **Informes de Impacto y Sostenibilidad** generados automáticamente por la plataforma.

## Packaging y Presentación

Al ser un servicio digital, nuestro producto no requiere packaging físico. Sin embargo, consideramos la Interfaz de Usuario (UI) y la Experiencia de Usuario (UX) como nuestro "packaging". Una interfaz

limpia, intuitiva y que celebre los logros del usuario (confeti digital, medallas) es fundamental para la percepción de calidad.

### Restricciones Comerciales

No existen restricciones comerciales significativas para la distribución digital, más allá del cumplimiento de las normativas de las tiendas de aplicaciones y las leyes de protección de datos (RGPD), dado que manejamos información de usuarios y geolocalización.

## **Criterios de Evaluación: Fidelización y Postventa**

Para cumplir con los criterios de generación de confianza y lealtad, Everdea implementa:

1. Seguimiento Personalizado y Retroalimentación:

Tras cada actividad, la app solicita una valoración al usuario. Establecemos canales de soporte vía chat dentro de la app para resolver dudas sobre la validación de puntos o incidencias con los monitores, garantizando un servicio postventa ágil.

2. Generar Confianza y Lealtad (Programa de Puntos):

Nuestra estrategia central de fidelización es el sistema de recompensas. Ofrecemos descuentos especiales y acceso a niveles superiores (gamificación) para usuarios recurrentes. Esto crea una barrera de salida y fomenta la repetición.

3. Personalización e Innovación:

La app se adapta a las preferencias del usuario. Si un voluntario prefiere actividades con animales, el algoritmo priorizará esas opciones en su feed. Además, innovamos constantemente actualizando el catálogo de recompensas y tipos de retos para adaptarnos a las nuevas tendencias de sostenibilidad del mercado.