

## **Canales**

**¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?**

Para atraer y conectar con los diferentes segmentos del mercado (gamers, aficionados, grupos, turistas y pilotos reales)

### **1. Canales digitales**

#### **Redes sociales**

Las redes sociales son clave para mostrar lo que nuestra empresa ofrece a todo tipo de personas ajenas al mundo de los simuladores así como a todo fanático a este mundo, para ello utilizaremos; Instagram, TikTok, YouTube para crear contenido sobre, vídeos de carreras, reacciones de clientes, clips espectaculares del simulador, resultados de pilotos entrenando, promociones y eventos entre otros

#### **Página web propia**

Otro de nuestros canales digitales será nuestra propia web. Una elaborada web donde se podrá acceder a un calendario con la disponibilidad, un apartado de reservas, apartado de compra de los diferentes bonos que LiveRacing ofrece, noticias sobre el automovilismo, un apartado sobre los eventos que organizamos y sus respectivas inscripciones entre otros apartados

#### **Google Maps + SEO local**

Fundamental para aparecer cuando alguien busque:

- “simulador de coches”
- “simracing”
- “entrenamiento para pilotos”

### **2. Colaboraciones y alianzas estratégicas**

#### **Kartings y circuitos reales**

Derivación de pilotos reales y amateurs que necesitan entrenamiento. Se pueden ofrecer descuentos cruzados o packs de entrenamiento.

Adrián, Aimar, Edwar, Sidi  
2CC2  
2025-2026

**Autoescuelas deportivas o escuelas de pilotos**

Lugar perfecto para captar pilotos en formación. Ofrecer entrenamientos personalizados o simulaciones de circuitos.

**Tiendas gaming y talleres de coches deportivos**

Punto de contacto con clientes apasionados por la conducción.

**Hoteles y agencias de turismo**

Atraen turistas que buscan actividades únicas en la ciudad.

**3. Canales físicos y experiencia directa****Local propio llamativo y visible**

La ubicación, señalización y escaparate atraerán clientes que pasan por la zona.

**Eventos presenciales**

- Montar un simulador en ferias, centros comerciales o eventos de motor
- Competiciones internas (ligas de fin de semana)
- Activaciones en karting o circuitos

Aumenta la visibilidad, genera confianza y muestra el producto de manera inmediata.

**4. Publicidad y promociones****Campañas en redes sociales**

Anuncios segmentados a:

Gamers, pilotos, aficionados al motor, grupos de ocio, turistas.

**Google Ads**

Muy eficaz para personas que quieren reservar algo rápido.

**Promociones de lanzamiento y packs**

Una de las promociones que ofrecemos es la siguiente: “Primera sesión al 50%”, “Trae un amigo gratis”, con esta queremos atraer a más gente con la intención de que los que hasta día de hoy no hayan tenido un primer contacto con los simuladores pueden probarlo y en caso de que les guste vuelvan

Adrián, Aimar, Edwar, Sidi  
2CC2  
2025-2026