

Banaketa- eta Komunikazio Kanalak

Produktuaren zabalkundea bi modutan egingo dugu. Alde batetik, banaketa fisikoa laguntza-teknologiaren azoketan gauzatuko da, non profesionalak eta erabiltzaileak elkartzen diren eta robotak zuzenean probatzeko aukera izango duten. Horrek konfiantza sortzen du, jendeak bere kabuz ikusten baitu nola funtzionatzen duen. Gainera, ortopedietan eta birgaitze-zentroetan ere egongo gara, bertan erabiltzaileak eta terapeutek produktuarekin harreman zuzena izan dezaten eta hasierako mesfidantza gainditzeko lagunduz.

https://youtu.be/mfCo3g52rtU?si=rJwTx_xxiflf4zab

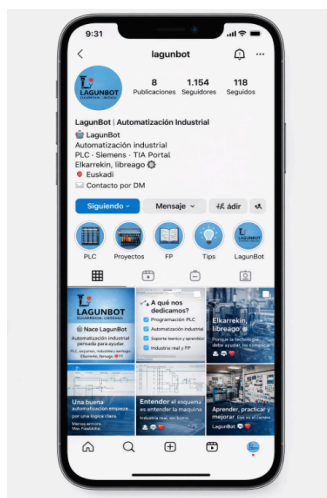
Bestetik, banaketa digitala webgune propio baten bidez egingo da. Bertan informazio argia, bideo erakustaldiak, tutorialak eta diseinu berrien deskargak eskainiko ditugu. Sare sozialetan komunitate sortzaile bat eraikiko dugu, non erabiltzaileek beren marrazkiak partekatu eta ideiak trukatu ahal izango dituzten. Horrez gain, desgaitasunaren arloko elkarteekin lankidetzak estua bilatuko dugu, haien bidez Lagunbot benetan behar duten pertsonengana iristeko eta preskriptore gisa jarduteko.



Komunikazio Plana

Komunikazio estrategia funtsezkoa izango da balio emozionala indartzeko eta Lagunbot proiektua benetan gizartean txertatzeko. Horretarako, sare sozialetan presentzia aktiboa izango dugu, batez ere Instagram eta TikTok plataformetan, non bideo laburrak, marrazkiak eta esperientzia partekatuak argitaratuko ditugun. Edukiak dibertigarriak eta hurbilekoak izango dira, komunitatea aktibatzeke eta erabiltzaileek proiektuarekin lotura emozionala sentitzeko.

[Instagram](#) kontu bat egin dugu, proiektuari buruzko argazki eta informazioa igotzeko leku bat izateko



Eduki motak askotarikoak izango dira: erabiltzaileen testigantzak (adibidez, ikasle batek Lagunbot probatzen duela), “making of” bideoak (robotaren muntaketa, diseinu berriak edo ikastolan egindako tailerrak), eta gamifikazio dinamikak, hala nola “asteko marrazkia” erronka komunitatea aktibatzeke. Tokiko hedapena ere garrantzitsua izango da: Arabako ikastolak eta unibertsitateak bisitatuko ditugu, demo txikiak egingo ditugu eta bertako komunikabideetan agertuko gara (Goiena, Gasteiz Hoy, Radio Vitoria).

Segmentuen Komunikazio Estrategia

Segmentua	Kanalak eta Edukiak
Profesionalak (terapeutak, irakasleak)	Azoketan demoak, ortopedietan presentzia, artikuluko teknikoak webgunean, testigantza profesionalak. 
Ikasleak eta gazteak	Instagram eta TikTok bideo laburrak, gamifikazio erronkak, tailerretan parte-hartzea.
Familia eta erabiltzaileak	Testigantza emozionalak, tutorial errazak, komunitate digitaleko parte-hartzea. Era presentzialean demoa egin eta azaldu.
Erakunde publikoak eta elkarteak	Lankidetzak hitzarmenak, tokiko hedapena komunikabideetan, demo instituzionalak.

Laburbilduz, banaketa fisikoak konfiantza eta harreman zuzena sortzen du, eta banaketa digitalak komunitate zabala eta dinamikoa eraikitzen du. Komunikazio planak balio emozionala indartzen du, segmentu bakoitzari egokitutako edukiekin eta

kanalekin. Horrela, Lagunbot ez da soilik produktu teknologiko bat izango, baizik eta gizartean errotutako ekimen bat.