

CANALES

En nuestra empresa distinguimos tres tipos de canales: canales de comunicación, canales de venta y canales de distribución.

En primer lugar, los **canales de comunicación** tienen como objetivo dar a conocer nuestra empresa y así atraer a los clientes.

Las principales vías de comunicación van a ser:

- ❖ Página web / Aplicación
 - En la web, se podrá conocer a nuestro equipo y se mostrará nuestro servicio/producto. Desde la web se tendrá acceso al formulario.
- ❖ Redes sociales
 - A través del marketing digital, a través de plataformas como Instagram o TikTok, podremos conectar con los clientes y crear una comunidad. Podemos mandar cajas a influencers en tendencia como Carlota Marañón o Marina Barrial para dar a conocer nuestra empresa y promocionarlo así conectaremos con un público amplio y heterogéneo (sobre todo gente joven)
- ❖ Email
 - Lo usaremos para resolver dudas, formularios de contacto, mantener una comunicación directa...
- ❖ Reparto de publicidad en buzones
 - Folletos con información sobre nuestro proyecto. (sobre todo gente más mayor)

En segundo lugar, los **canales de venta**, a través de los cuales el cliente puede realizar la compra.

En el caso de “Lumix” existirá la posibilidad de venta online a través de nuestra página web. De esta manera, la compra será sencilla, rápida y accesible para el cliente.

En último lugar, los **canales de distribución** harán llegar nuestro producto (las cajas) a nuestros clientes finales. La entrega se realizará mediante empresas de transporte y mensajería, asegurando la rapidez.

En el caso de que en alguna caja haya un vale por una sesión con una psicóloga se hará de forma digital, mediante una videollamada.

Nuestros canales cubren la totalidad de las cinco fases del recorrido del cliente:

- ❖ Percepción
 - Nuestros consumidores conocerán el proyecto a través de las vías de comunicación que hemos detallado anteriormente.
- ❖ Evaluación

- El cliente analizará la propuesta de valor mediante la información que esté disponible en internet, redes sociales, reseñas, contacto directo con nuestra empresa...
- ❖ Compra
 - El consumidor realizará la compra a través de la página web/aplicación mediante tarjeta de crédito o Apple pay.
- ❖ Entrega
 - Las cajas se enviarán mediante una empresa de logística que sea eficiente y rápida para que llegue a los clientes lo más rápido posible.
- ❖ Post-venta
 - El servicio post-venta de Lumix se caracterizará por una atención al cliente 24/7 para resolver todos los problemas que cada cliente haya podido tener (falta de material, productos rotos...). Esta atención al cliente se llevará a cabo a través de un Chat (con una IA para los casos en los que el problema sea sencillo y para los casos de problemas más serios, se atenderá al consumidor a través de una llamada de teléfono con un miembro del equipo) además de disponer de un correo electrónico al que los clientes se podrán dirigir para resolver sus dudas de manera eficaz. Por otro lado, dado el perfil de nuestra empresa, los envíos serán muy rápidos para poder satisfacer los deseos de nuestros consumidores lo más rápido posible. Por último, los reembolsos serán automatizados y rápidos, siempre y cuando el consumidor sea fiable para evitar estafas.



1. Ilustración Representación de la cadena de valor de Lumix
(imagen creada con IA)