

Canales

Canal de distribución

La empresa hace llegar el producto al cliente mediante un **canal de distribución directo**, utilizando una **furgoneta propia** y un **trabajador de la empresa** para realizar las entregas. De este modo, no se recurre a empresas externas de transporte, lo que permite un mayor control sobre el proceso logístico.

El uso de un canal de distribución propio garantiza una **entrega más cercana y personalizada**, mejora la experiencia del cliente y permite reducir costes operativos. Además, este sistema facilita una mejor gestión de los pedidos y refuerza la imagen de compromiso y responsabilidad de la empresa.

Canales de comunicación y marketing

La empresa utiliza principalmente **medios digitales y redes sociales** para darse a conocer y promocionar sus productos, adaptando el mensaje a diferentes públicos objetivos.

- **Instagram:** se colabora con **influencers valencianos** para promocionar las bicicletas entre un público más joven, destacando el diseño, la sostenibilidad y el impacto social del proyecto.
- **Facebook:** se emplea para explicar el producto de forma más detallada y llegar a un público adulto, ya que es una red social utilizada principalmente por personas de mayor edad.
- **TikTok:** se utiliza para mostrar de manera visual y dinámica el **proceso de transformación de los coches dañados por la DANA en bicicletas sostenibles**, reforzando la transparencia y el valor del proyecto.

Página web y ventas online

La empresa cuenta con una **página web propia**, que actúa como eje central de la comunicación y las ventas. En ella se informa sobre el proyecto, los valores medioambientales de la empresa y el proceso de fabricación de las bicicletas.

Además, a través de la web, los clientes pueden **realizar pedidos de forma sencilla**, acceder a información de contacto y conocer los servicios adicionales ofrecidos por la empresa.