

## 5. Canales

### 5.1 Canales de Comunicación



Implementaremos una estrategia multicanal que permita alcanzar tanto al público general como a los profesionales (odontólogos, docentes) y asegurar la difusión de nuestro método innovador.

<b>Redes Sociales</b>	Instagram/Facebook: Difusión de contenido educativo (testimonios, videos) y promocional, orientado al cliente final y la familia. LinkedIn: Enfoque profesional dirigido a clínicas, higienistas y distribuidores, compartiendo artículos sobre eficacia y oportunidades de colaboración. YouTube: Demostraciones prácticas y videos explicativos para destacar beneficios clínicos y diferenciales tecnológicos.
<b>Correo Electrónico y Newsletters</b> 	Envío de boletines informativos mensuales a profesionales y clientes B2B. Se comunicarán actualizaciones de modelos, ofertas a distribuidores y publicaciones científicas sobre la eficacia del método.
<b>Página Web y Blog</b> 	Centro de información oficial del proyecto, con descripción técnica, espacio para descargas de material informativo (fichas técnicas, estudios), y un Blog con artículos sobre avances en higiene dental y consejos de uso.
<b>Ferias y Eventos del Sector</b> 	Participación en ferias odontológicas, congresos y talleres para mostrar la tecnología en vivo, generar alianzas estratégicas y captar distribuidores especializados y profesionales.

## 4.6 Canales de Atención al Cliente



Nuestra atención se basa en la accesibilidad, la especialización y la interacción comunitaria, vital para usuarios inclusivos.

<b>Correo Electrónico y Teléfono de Contacto</b>	Correo Electrónico: soporte@microsmile.com para consultas de garantía, pedidos B2B ( <i>kits</i> educativos) y gestión de la logística inversa (devolución de dispositivos para reciclaje, reduciendo el riesgo ambiental). Teléfono de Contacto (Senior): Número gratuito o de bajo coste, vital para atender al segmento Mayor de 65 años y personas con movilidad reducida, garantizando la autonomía en el soporte técnico.
<b>Grupos de Usuarios y Comunidades Online</b>	Instagram: Centro para la difusión de recursos didácticos (vídeos de clínicas) y <i>feedback</i> directo, reduciendo el riesgo de adopción. Grupos Privados (WhatsApp/Telegram): Creación de comunidades segmentadas ("MicroSmile Ortodoncia") para que los clientes compartan experiencias, consejos y refuerzen la educación preventiva (soporte <i>peer-to-peer</i> ).

## 5.3 Canales de Distribución

Se empleará una distribución multicanal que combina venta online eficiente y logística física especializada.

<b>Venta Online (Logística Central)</b>	La tienda online propia y personalizada (integrada en la web) gestiona pedidos de profesionales y usuarios. Un almacén central gestiona el <i>stock</i> y la preparación de pedidos. Los clientes reciben el producto mediante envío a domicilio o puntos de recogida.
<b>Distribución Física (Terceros)</b>	Trabajaremos con empresas de mensajería de confianza (CORREOS EXPRESS, SEUR, MRW, etc.) para asegurar una entrega rápida (24-48h) y profesional. Para envíos internacionales, se colaborará con operadores especializados en transporte sanitario y tecnológico.

## 5.4 Canales de Venta

Describimos los puntos donde se materializa la adquisición, asegurando que la **propuesta de valor (accesibilidad)** se mantenga.

<b>Tiendas Físicas o Puntos de Venta</b>	Clínicas Dentales: Compra presencial tras la prescripción profesional, que actúa como validación. Farmacias: Puntos
--	---

	de venta para la reposición rápida de los consumibles (Enjuague Activo).
<b>Tienda Online (Web)</b>	Los clientes navegan, consultan las características técnicas del sistema y acceden a repuestos y consumibles. El pago seguro se realiza con tarjeta, y la plataforma gestiona las suscripciones recurrentes y el seguimiento de pedidos.
<b>Aplicación Móvil (Futuro)</b>	Los usuarios podrán acceder a la gestión de sus suscripciones (compra de enjuague) y recibir notificaciones de reposición y ofertas de devolución de dispositivos (incentivos de la Economía Circular).

## 5.5 Feedback del Cliente

La recogida de *feedback* es crucial para la mejora continua y para reducir el riesgo de no satisfacer las necesidades específicas de los segmentos.

<b>Encuestas de Satisfacción</b>	Envío de encuestas por correo electrónico tras la compra o la finalización de un servicio para evaluar directamente la satisfacción del cliente y la experiencia de uso.
<b>Reseñas Online</b>	Se permitirá a los clientes dejar opiniones y notas en la web y redes sociales (Instagram, Facebook), fomentando la transparencia y el boca a boca positivo.
<b>Puntos de Evaluación y Formularios Rápidos</b>	Establecimiento de enlaces permanentes en la web y correos electrónicos para que los clientes puedan proporcionar sugerencias o quejas al instante, capturando <i>feedback</i> en tiempo real.

## 5.6 Promoción y Publicidad

La promoción posicionará el método de microburbujas como una innovación destacada en el sector, enfocada en la inclusión y la prevención.

<b>Redes Sociales y Anuncios Pagados</b>	Anuncios segmentados en Instagram y Facebook, dirigidos a profesionales y público con necesidades específicas (ortodoncia, hipersensibilidad). Contenido visual atractivo que ilustre el funcionamiento y resultados clínicos, además de promociones temporales.
<b>Colaboraciones con Influencers y Profesionales</b>	Colaboración con odontólogos y <i>influencers</i> del ámbito dental que aporten credibilidad y ayuden a aumentar la difusión masiva en redes, reforzando la autoridad clínica del producto.

<b>Eventos Patrocinados</b>	Participación y patrocinio en ferias odontológicas y jornadas universitarias. Realización de demostraciones prácticas del sistema en vivo para aumentar la visibilidad, captar distribuidores y establecer alianzas estratégicas.
-----------------------------	---