

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Los canales permiten que StepUp llegue a los clientes que están interesados en nuestros servicios. A través de los canales damos a conocer los objetivos, servicios y utilidades de nuestra app.

Utilizamos canales directos, canales de distribución, canales de venta y canales de post-venta relacionando estos cuatro con las 5 fases de la experiencia del cliente: información, evaluación, acceso al servicio, entrega y post-venta.

### Canales de Comunicación

(Percepción y evaluación)

Para dar a conocer nuestra web utilizaremos las redes sociales como canales de comunicación. Utilizaremos redes como Instagram y TikTok por la influencia que tienen en jóvenes, ya que con este tipo de canales podemos llegar a más clientes.

- Página web sencilla y clara.
- Redes sociales (Instagram y Tiktok).
- Folletos informativos en centros educativos y bibliotecas públicas
- Recomendaciones de boca a boca.
- Colaboración con ayuntamientos y servicios sociales.
- Charlas informativas en centros juveniles.

#### Fases cubiertas:

- **Información:** Nuestro cliente descubre nuestra web a través de redes sociales como TikTok o a través de compañeros que usan la plataforma y decide probar la web para ver su eficacia.
- **Evaluación:** Nuestras redes sociales estarán abiertas para el público para que puedan dejar sus comentarios, opiniones y sugerencias y así poder mejorar nuestra web para el uso de los usuarios.

### Canales de Venta

(Compra)

Nuestra web es gratuita, pero hay funciones premium que son de pago para un mayor servicio.

- **Acceso al servicio:** Ese servicio de pago se realizaría a través de la misma página web, esta tiene para registrarse y también tiene un formulario para registrar los datos personales y así poder pagar el PLUS.

Para pagar el servicio, la persona solo tendrá que añadir el correo electrónico o número de teléfono y añadir su número de tarjeta para poder realizar el pago (para facilitar el pago, podrán contactar por correo electrónico con nosotros si sucede cualquier problema).

#### Fases cubiertas:

**Compra:** elección del servicio, contratación y pago.

Estos canales están pensados para ser **sencillos y accesibles**, especialmente para los jóvenes estudiantes o sus familias.

## **Canales de Distribución**

(Entrega del servicio)

En StepUp, la distribución del servicio no es física, sino digital, ya que toda la orientación y recursos se entregan a través de la app/web.

#### **Canales utilizados:**

- Plataforma online con recursos organizados por etapas educativas y orientación laboral.
- Comunicación directa dentro de la app como un chat online para que los usuarios puedan preguntarse entre sí y resolver sus dudas entre ellos.
- Coordinación digital de contenidos, recordatorios y objetivos personalizados.

#### **Fases cubiertas:**

- **Entrega:** el usuario accede a los recursos y orientación de forma práctica y sencilla.

Este canal es clave porque es el momento en el que se materializa la propuesta de valor.

## **Canales de Post-venta**

(Seguimiento y fidelización)

Permiten mantener la relación con los usuarios y mejorar la plataforma continuamente.

### **Canales utilizados:**

- Encuestas dentro de la app para conocer la opinión de los usuarios.
- Comunicación mediante mensajes o correos electrónicos para dudas o sugerencias.
- Actualización constante de contenidos según los comentarios y opiniones.
- Promoción del boca a boca entre compañeros y amigos.

### **Fases cubiertas:**

- **Post-venta:** fidelización, confianza y mejora continua de StepUp.

### **Resumen de los canales por fases**

FASE	CANALES PRINCIPALES
Percepción	Redes sociales, centros educativos, boca a boca
Evaluación	Web, videos explicativos
Compra	Web, app, mensajes o correo electrónico
Entrega	Plataforma digital, recursos organizados y seguimiento online
Post-venta	Encuestas, comunicación continua, actualización de contenidos

### **Conclusión**

En conclusión, los canales de **StepUp** permiten que el servicio llegue a los usuarios de manera digital, práctica y cercana, a través de la app y la web. La combinación de recursos online, comunicación directa y encuestas de satisfacción garantiza que los usuarios se sientan acompañados y escuchados. Además, el uso de redes sociales y el boca a boca facilita la difusión y el crecimiento de la plataforma. Estos canales no solo entregan valor, sino que también permiten mejorar continuamente el servicio según las necesidades de los jóvenes.

