

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 cómo 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.

