

Canales

5.CANALES

UrbanLoop

UrbanLoop se comunica con sus clientes de forma directa, cercana y actual, usando canales que conectan con un público joven, urbano y concienciado con el medio ambiente. La idea es estar donde están ellos y hablar su mismo idioma, mostrando no solo el producto, sino también la historia que hay detrás de cada mochila.

Canales digitales (los más importantes)

Las redes sociales son el canal principal del proyecto, ya que es donde pasa más tiempo nuestro público objetivo.

- **Instagram y TikTok:** se utilizan para mostrar el proceso de creación de las mochilas, desde piezas de coche recicladas hasta el producto final. También se comparten vídeos cortos, reels y trends con un tono cercano, visual y juvenil.
- **Influencers y creadores de contenido sostenible:** colaboraciones con personas jóvenes que promueven la moda sostenible y el consumo responsable, para generar confianza y dar visibilidad a la marca.
- **Página web y tienda online:** permite conocer la historia del proyecto, los valores de UrbanLoop y comprar las mochilas de forma sencilla. La web tiene un diseño moderno y claro, pensado para jóvenes.

Canales presenciales

- **Ferias y eventos sostenibles:** participación en mercadillos ecológicos, ferias de diseño local y eventos relacionados con la sostenibilidad, donde los clientes pueden ver y tocar el producto en persona.
- **Pop-up stores y tiendas locales:** venta puntual en tiendas de moda sostenible o espacios urbanos, reforzando la idea de producto local y exclusivo.
- **Centros educativos y universidades:** promoción del producto en entornos donde se mueve gran parte del público objetivo.

Canales B2B (empresas e instituciones)

- **Contacto directo con empresas:** presentación de UrbanLoop como opción de regalo corporativo sostenible.

- **Colaboraciones con instituciones y asociaciones medioambientales:** ayudan a difundir el proyecto y refuerzan la imagen ecológica de la marca.