

CANALES

Verde paso utiliza una combinación de canales digitales y presenciales para hacer llegar su producto al cliente final, priorizando aquellos que encajan con los valores de la marca y permiten una conexión directa y auténtica con el consumidor. La estrategia de canales está pensada para reforzar la experiencia del cliente y facilitar el acceso al producto de forma cómoda y coherente.



Nosotros apostamos por canales presenciales que permiten el contacto directo con el cliente. La participación en ferias ecológicas, mercados artesanales y eventos de diseño sostenible facilita que el consumidor conozca el producto de primera mano, valore su calidad y se identifique con la historia de la marca. Estos espacios son clave para generar confianza, visibilidad y fidelización.

Durante temporada alta, especialmente en los meses de verano, la marca refuerza su presencia física mediante una pop-up store en zonas estratégicas como la playa de la Marvarrosa en Valencia. Este canal permite acercar el producto a un público amplio, tanto local como turístico, en un entorno coherente con el uso del producto y con la identidad mediterránea de la marca.

Por último, los canales de comunicación digital, especialmente redes sociales como Instagram y TikTok, juegan un papel fundamental como canal de atracción y apoyo a la venta. A través de estos medios, la marca muestra el proceso de creación, el estilo de vida asociado al producto y dirige al cliente hacia los canales de compra.

En conjunto, Verde Paso construye una red de canales equilibrada que combina lo digital y lo presencial, asegurando que el producto llegue al cliente de manera accesible, coherente y alineada con los valores de sostenibilidad y cercanía.