

## **Informe sobre Canales de Distribución y Comunicación / FOMO Studio**

### **1. Introducción**

Los canales de distribución y comunicación son fundamentales para que FOMO Studio haga llegar su propuesta de valor a sus clientes de manera eficaz. Estos canales representan los puntos de contacto entre la empresa y sus distintos segmentos de público, abarcando todas las fases del proceso: percepción, evaluación, compra, entrega y post-venta. En el caso de FOMO Studio, se han diseñado para garantizar una comunicación efectiva, optimizar la experiencia del cliente y gestionar los recursos de manera eficiente en el sector del ocio nocturno.

### **2. Canales de Comunicación**

FOMO Studio centra su estrategia de comunicación en medios digitales, dado que su público objetivo es joven y activo en redes sociales. La página web corporativa funciona como el principal canal informativo, donde se explican los servicios, eventos y colaboraciones, y se ofrece un espacio de confianza para que los clientes conozcan la oferta completa. Las redes sociales, principalmente Instagram y TikTok, permiten difundir eventos, promociones y actividades, generando interacción y fortaleciendo la marca. Además, la empresa mantiene un calendario de publicaciones periódicas para informar de próximos eventos y novedades, asegurando que la comunicación sea constante y coherente. La publicidad tradicional, en forma de cartelería y folletos físicos con un coste anual aproximado de 100–200 €, complementa la estrategia digital y permite captar clientes que puedan no estar activos en redes. Por último, la comunicación directa mediante correo electrónico y WhatsApp facilita la relación profesional con discotecas y pubs, agilizando negociaciones y acuerdos.

### **3. Canales de Venta**

FOMO Studio utiliza tanto la venta online como los acuerdos directos con discotecas. A través de la página web, los clientes pueden comprar entradas y contratar servicios de forma rápida y sencilla. Paralelamente, la empresa mantiene negociaciones directas con discotecas y pubs, lo que permite cerrar contratos sin intermediarios, garantizando transparencia y control sobre la prestación del servicio.

#### **4. Canales de Distribución**

Al tratarse de una empresa de servicios, FOMO Studio emplea un canal de distribución directo. La prestación del servicio se realiza directamente en el local del cliente, manteniendo contacto sin intermediarios con discotecas y pubs, lo que permite un control más preciso de la calidad y fortalece la relación con los clientes. El canal de distribución puede describirse de manera simple: FOMO Studio entrega el servicio al cliente final a través de los locales asociados.

#### **5. Fases del Canal**

Los canales de FOMO Studio cubren todas las fases del ciclo de contacto con el cliente. En la fase de percepción, se utilizan redes sociales y publicidad para captar la atención. La evaluación se realiza principalmente a través de la página web y el contacto directo, donde los clientes pueden informarse y resolver dudas. La compra se efectúa mediante contratación directa o venta online. La entrega corresponde a la realización del evento en el local, asegurando calidad y satisfacción, mientras que la post-venta incluye seguimiento, solicitud de feedback y fidelización, fomentando relaciones duraderas.

#### **6. Conclusión**

El sistema de canales de distribución y comunicación de FOMO Studio permite mantener una comunicación eficaz, reducir costes mediante canales directos y digitales, controlar la calidad del servicio y establecer relaciones cercanas con clientes y colaboradores. Estos elementos resultan esenciales para lograr el éxito en el sector del ocio nocturno, donde la diferenciación, la experiencia del cliente y la rapidez en la comunicación son determinantes