

ZAPS GPS

Canales

Canales de comunicación y marketing

Redes sociales (Instagram y Facebook)

Usaremos redes sociales como Instagram y Facebook para compartir vídeos cortos y sencillos mostrando cómo funcionan las zapatillas en la vida real. Se enseñará cómo se usan, cómo funciona el GPS, la app y los sensores, para que las personas entiendan fácilmente el producto y vean sus beneficios.

Página web

Contaremos con una página web donde se explicará toda la información del producto de forma clara y fácil de entender. Incluirá características principales, opiniones de otros usuarios, preguntas frecuentes y la opción de comprar directamente desde la web.

Publicidad online (Google Ads)

Utilizaremos anuncios en Google para llegar a personas que buscan soluciones de seguridad para familiares mayores o personas con Alzheimer. Esto ayudará a dar más visibilidad al producto y atraer a nuevos clientes.

Email marketing

Enviaremos correos electrónicos con novedades, nuevos lanzamientos, mejoras del producto y consejos de uso. Será una forma directa de mantener informados a los clientes y reforzar la relación con ellos.

Canales de venta

Tienda online propia

Venta directa al consumidor a través de nuestra propia tienda online, donde los clientes podrán comprar el producto de forma rápida, segura y sin intermediarios.

Marketplaces

Presencia en plataformas conocidas como Amazon, Decathlon online u otros marketplaces, lo que facilita el acceso al producto y genera mayor confianza en los compradores.

Venta B2B

Venta a empresas y organizaciones como colegios (para el control y seguridad de los niños), empresas de logística y reparto, y residencias o centros de cuidado. Estas ventas permiten llegar a más personas y adaptar el producto a diferentes necesidades.

Canales de relación con el cliente

Aplicación móvil

La app será el principal canal de relación con el cliente, ya que permitirá controlar el GPS, recibir alertas, ver datos de actividad y gestionar la seguridad de la persona que lleva las zapatillas

Soporte online

Atención al cliente a través de WhatsApp y correo electrónico para resolver dudas, problemas técnicos o consultas de forma rápida y cercana.

Redes sociales

Las redes sociales también servirán como canal de atención al cliente, respondiendo mensajes y comentarios para ofrecer ayuda y mantener una buena relación con los usuarios.