





ÍNDICE

1. Canales de comunicación
2. Canales de venta y de distribución
3. Canales de post-venta

Los canales permiten que la propuesta de valor de Tetiboo llegue de forma eficaz a las familias demandantes de nuestro producto. A través de ellos damos a conocer el servicio, facilitamos la contratación, prestamos el servicio y mantenemos la relación con el cliente. Para un mejor análisis, distinguimos entre canales de comunicación, canales de venta y canales de distribución, y los relacionamos con las 5 fases del recorrido del cliente (percepción, evaluación, la compra, la entrega y servicio post-venta).

CANALES DE COMUNICACIÓN



Son los canales que permiten que el cliente conozca Tetiboo y valore el producto.

Canales utilizados:

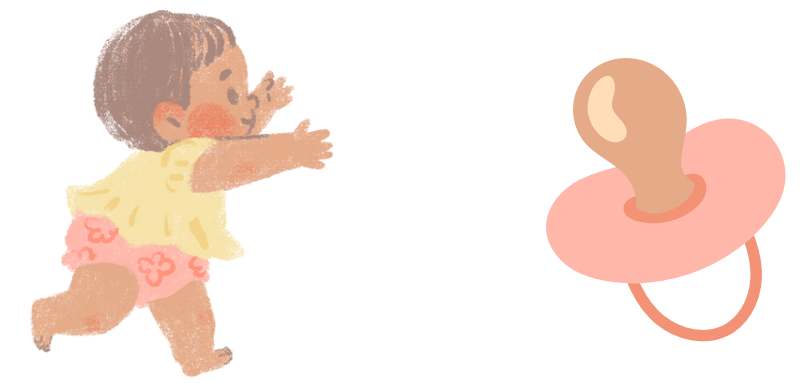
- **Página web sencilla y clara.**
- **Redes sociales (Facebook, Instagram y X(Twitter)).**
- **Folletos informativos en centros de salud, farmacias y escuelas infantiles.**
- **Recomendaciones de boca a boca.**
- **Charlas informativas en escuelas infantiles.**

Fases cubiertas:

- **Percepción: el cliente descubre el servicio.**
- **Evaluación: compara Tetiboo con otras opciones y valora su propuesta.**

CANALES DE VENTA

Son los canales a través de los cuales el cliente contrata y paga el servicio.



Canales utilizados:

- Contacto telefónico.
- Página web.
- Atención presencial bajo cita previa.
- Correo electrónico.

Fases cubiertas:

- Compra: elección del producto y pago

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

(Entrega del producto)

-En Tetiboo la distribución del producto es física, entregamos el pedido de productos a cada cliente en su casa

Canales utilizados:

- Empleados que se encargan de transportar el producto.
- Coordinación digital de horarios de entrega de los productos.

Fases cubiertas:

- Entrega: entrega del producto pedido por cada cliente

CANALES DE POST-VENTA

-Permiten mantener la relación con el cliente y mejorar el servicio.

- Encuestas de satisfacción.
- Atención al cliente para resolver incidencias.

Fases cubiertas:

- Post-venta: fidelización, confianza y mejora continua.

