



MOCACHIMBA

LOS CONTRERAS

FORMADO POR: GAELEN FERNANDEZ ANDRES, MATEO RENEDO TUBIA, MARTIN GURRUCHAGA DELGADO, JAVIER PADILLA PEREZ, NICOLAS VIVES CASTILLA Y MATEO PRIETO MUÑOZ

Canales

La MOCACHIMBA se comercializa a través de diversos canales, combinando la venta física y digital para maximizar el alcance y la visibilidad del producto. Uno de los canales más importantes es la venta online a través de una página web oficial y plataformas de comercio electrónico, donde los usuarios pueden obtener información detallada del producto, ver fotos y videos explicativos, leer opiniones de otros clientes y realizar la compra de manera segura y rápida desde cualquier lugar. La presencia en redes sociales como Instagram, TikTok, Facebook y YouTube es fundamental para mostrar el producto en uso, generar contenido que explique su funcionamiento, resaltar sus ventajas y atraer nuevos clientes mediante estrategias de marketing digital, campañas publicitarias y colaboración con influencers o creadores de contenido que conecten con el público objetivo. Además, la MOCACHIMBA se distribuye a través de tiendas especializadas en cachimbas, estancos y establecimientos que vendan accesorios para fumadores, permitiendo que los clientes puedan ver el producto físicamente, comprobar la calidad y experimentar su diseño antes de comprar. La participación en ferias, eventos de tecnología, lifestyle o productos innovadores también actúa como un canal de promoción y venta, donde se puede demostrar la funcionalidad de la mochila y generar interés directo entre los consumidores. Otro canal relevante es el envío directo al hogar mediante servicios de logística confiables, garantizando que el producto llegue en perfectas condiciones y con un embalaje seguro que proteja la mochila y la cachimba. Los canales de comunicación, como correo electrónico, chat en línea y atención al cliente por redes sociales, complementan estos canales de venta, permitiendo resolver dudas, brindar asesoría y fidelizar al consumidor. La combinación de canales físicos y digitales no solo aumenta la cobertura del mercado, sino que también genera una experiencia de compra integral, donde el cliente puede informarse, interactuar con la marca y adquirir el producto de manera sencilla. La estrategia de canales se centra en ofrecer comodidad, accesibilidad y confianza al consumidor, asegurando que pueda acceder al producto de la manera que le resulte más conveniente y recibiendo siempre información clara sobre el uso y ventajas de la MOCACHIMBA.