

5. Canales

Para que nuestro gimnasio llegue de forma efectiva a sus clientes y dé a conocer su propuesta innovadora, es necesario utilizar una combinación de canales digitales, físicos y sociales. Estos canales permitirán comunicar la idea, atraer nuevos usuarios y mantener una relación constante con los socios actuales.

5.1 Canales de Comunicación

Son los medios a través de los cuales el gimnasio dará a conocer su propuesta de valor y se comunicará con sus clientes potenciales y actuales.

Redes Sociales:

Instagram y TikTok: Se usarán para compartir vídeos cortos mostrando cómo el gimnasio convierte la energía del movimiento en electricidad, retos sostenibles entre usuarios y consejos fitness.

YouTube: Publicación de vídeos explicativos, entrevistas con socios, y demostraciones tecnológicas.

Facebook: Para mantener informados a adultos o instituciones interesadas en el proyecto.

Página Web Oficial:

Presentará información sobre el funcionamiento del gimnasio, precios, horarios y la tecnología empleada.

Incluirá un sistema de reservas y una sección donde cada socio podrá ver cuánta energía ha generado.

También tendrá un blog con artículos sobre energía verde y salud.

Otros eventos:

Eventos y ferias ecológicas o deportivas: Participación en ferias locales o regionales sobre sostenibilidad, deporte o innovación tecnológica.

Demostraciones en vivo del funcionamiento de las placas cinéticas.

Campañas de concienciación ambiental: Colaboraciones con colegios o institutos para mostrar cómo se puede transformar la energía del cuerpo en electricidad.

Actividades como “Un día sin emisiones” donde los usuarios compiten para generar la mayor cantidad de energía limpia.

5.2 Canales de Distribución

Serán los medios o vías a través de los cuales el cliente podrá acceder a todos los servicios y calidades que se le ofrecen del gimnasio.

Instalaciones físicas: El gimnasio contará con un local moderno, con áreas diferenciadas para entrenamiento, zona de descanso y un espacio informativo sobre la producción energética.

Se ubicaría en una zona céntrica o de fácil acceso en transporte público, promoviendo la movilidad sostenible.

App móvil: Permitirá reservar clases, seguir rutinas personalizadas, registrar la energía generada y compartir logros con otros usuarios.

También enviará notificaciones sobre nuevos programas o desafíos ecológicos. Se implementará un seguimiento personal de tu energía producida por cliente cada día, y si surge de incentivo, se podrá crear un trend de redes sociales similar al de otras aplicaciones de ejercicio personal.

Tienda online: Venta de productos ecológicos con la marca del gimnasio (ropa deportiva hecha con materiales reciclados, botellas reutilizables, accesorios fitness). Los socios podrán acumular puntos de energía generada y canjearlos por descuentos.

Colaboraciones con empresas e instituciones: Convenios con empresas para ofrecer descuentos a sus empleados o implantar pequeñas versiones del gimnasio en oficinas (“mini estaciones de energía”).

Acuerdos con el ayuntamiento para promover hábitos saludables y sostenibles.

5.3 Fases del contacto con el cliente

Percepción: Descubren el gimnasio a través de redes sociales, medios locales o eventos ecológicos.

Evaluación: Visitan la web o la app para conocer más sobre la tecnología y las tarifas.

Compra: Se inscriben online o directamente en el gimnasio.

Entrega: Acceden al gimnasio y comienzan a generar energía al entrenar.

Postventa: Reciben informes mensuales sobre su contribución energética y ofertas personalizadas para mantenerse activos.

