

Canales de distribución y comunicación

A través de los canales conseguimos que la experiencia llegue de forma eficaz a los segmentos de clientes en los que nos hemos especializado. Para ello, diferenciamos entre canales de comunicación, de venta y de distribución.

Canal de comunicación

- **Página web corporativa:** canal principal de información
- **Redes sociales:** mostrar visualmente el entorno y las experiencias ofrecidas
- **Colaboraciones con oficinas de turismo y entidades locales:** refuerzan la confianza y visibilidad del proyecto

Canal de venta

La venta se realiza principalmente en forma directa a través de:

- **Venta online a través de la página web,** donde el cliente evalúa reserva y paga la experiencia
- **Contacto directo** para experiencias más personalizadas

De este modo favorecemos el trato cercano y reducimos intermediarios innecesarios

Canal de distribución e intermediarios

- **Canal directo:** el servicio se brinda directamente de la empresa al consumidor, ya que gestionamos la venta y la organización de la experiencia
- **Canal corto:** la empresa colabora con intermediarios locales para alojar a los huéspedes y ofrecerles guías, lo cual es clave para el valor de esta

Esos intermediarios facilitan la distribución y aportan conocimiento del territorio y un valor añadido que consigue un turismo recíproco y desarrollo local.

Fases del canal

Percepción: el cliente conoce el proyecto a través de la web y redes sociales

Evaluación: compara experiencias valores y precios con otros servicios no tan personalizados

Compra: realizada reserva mediante el canal digital

Entrega: disfruto de la experiencia en el entorno rural

Postventa: seguimiento de satisfacción y fidelización