

6. CANALES

La comunicación con los clientes se realizará principalmente a través de una plataforma digital que incluirá una página web y una aplicación móvil. Mediante estos canales se gestionará el registro de socios, la reserva de objetos, los avisos de devolución y las notificaciones personalizadas. También se utilizarán el correo electrónico y el teléfono móvil para comunicaciones relevantes relacionadas con el servicio.

Como canales complementarios, se emplearán las redes sociales para la promoción del proyecto, la difusión de nuevos objetos disponibles y la captación de nuevos socios. Asimismo, el punto físico de la biblioteca actuará como canal directo de atención al cliente, permitiendo una relación cercana y personalizada.

La distribución de la propuesta de valor se realiza fundamentalmente a través del local físico, donde se entregan y recogen los objetos, apoyado por la plataforma digital que facilita la gestión previa y reduce tiempos y errores.