



CANALES

IES Alejandría
Valeria Castro Ortega
Sofia Nieto de la Cruz
María Peñato Vélez



Asociaciones Clave



Actividades Clave



Propuesta de Valor



Relaciones Con clientes



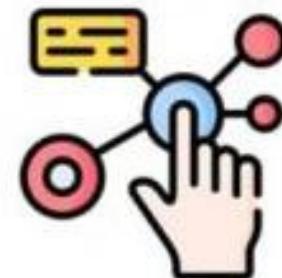
Segmentos De Clientes



Recursos Clave



Canales



Estructura Costes



Fuentes de Ingresos



En este módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

Alpha Survival se comunica con sus clientes mediante canales **exclusivos y personalizados** para ofrecer una propuesta de seguridad premium adaptada a cada familia.

FASES DEL CANAL

Información→

Evaluación→

Compra→

Entrega→

Posventa

CANALES





FASES DE LOS CANALES

Fase de información

- Crear **visibilidad y reconocimiento de marca**. Es la primera conexión entre la empresa y el cliente.

Aplicación práctica:

- **Página web oficial**: epicentro del ecosistema digital. Presenta la propuesta de valor, catálogo de kits, y ofrece herramientas de contacto directo.
- **Instagram y YouTube**: canales visuales que comunican confianza, estilo de vida “preparedness” y contenido educativo (tutoriales, tips, simulacros, testimonios).
- **Ferias y exposiciones de seguridad, supervivencia y hogar**: permiten contacto directo con un público de alto poder adquisitivo.
- **Colaboraciones con marcas afines (aseguradoras, inmobiliarias de lujo, marcas outdoor)**: refuerzan el posicionamiento premium.
- **Relaciones públicas y prensa especializada**: artículos en revistas de lifestyle, seguridad y tecnología.



FASES DE LOS CANALES

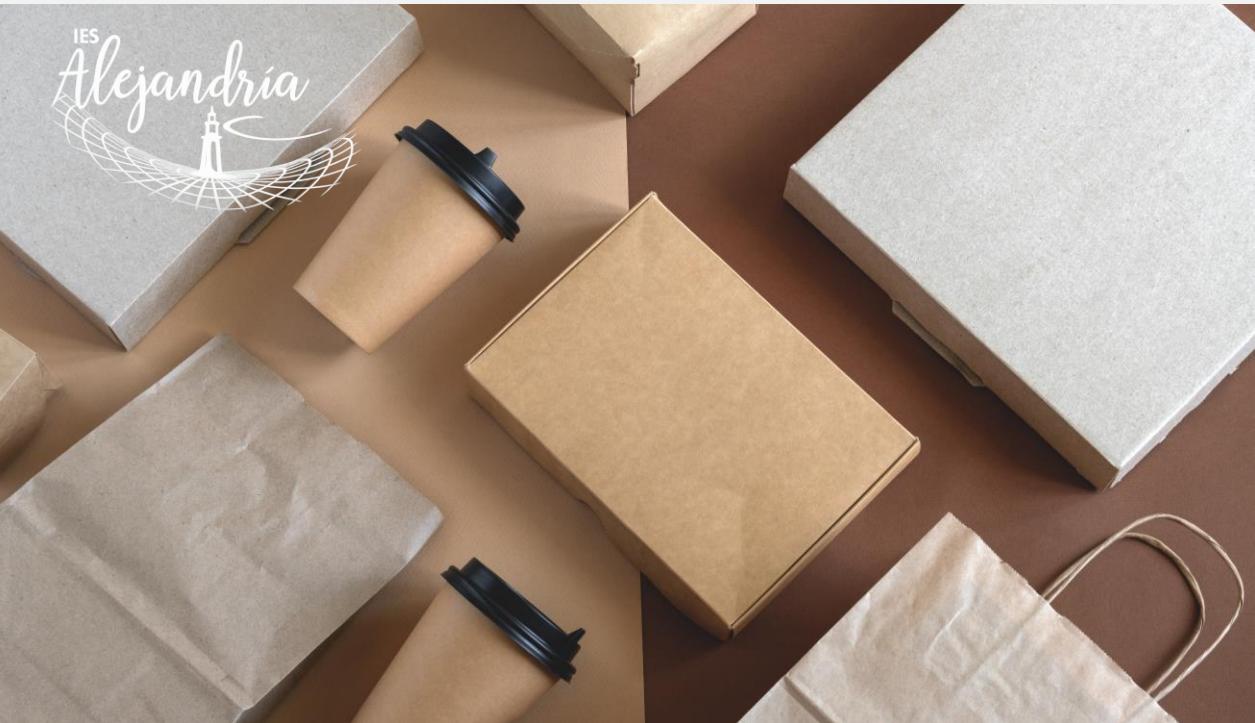
Fase de evaluación

- Facilitar que el cliente **compare, evalúe y confirme** que la propuesta de valor es la mejor opción.

Aplicación práctica:

- **Simulador web de riesgos y necesidades familiares:** herramienta que analiza el perfil del cliente y recomienda el kit ideal (aplicación de la teoría del *customer fit*).
- **Consultoría gratuita inicial:** entrevista online o telefónica donde se explica la personalización del kit y sus ventajas frente a kits estándar.
- **Contenido informativo y educativo:** guías descargables, blogs, newsletters y vídeos con casos reales de emergencia.
- **Opiniones y testimonios** de familias y expertos en seguridad.

FASES DE LOS CANALES



Fase de compra

- Garantizar un **proceso de compra sencillo, seguro y adaptado** al cliente.

Aplicación práctica:

- **Tienda online** en la web corporativa, con carrito de compra, pasarela de pago segura y opciones de personalización.
- **Atención personalizada** por videollamada o chat para clientes premium (asesor Alpha).
- **Opciones de financiación o pago en tres plazos**, adaptadas al perfil del cliente.
- **Programas de recomendación** (clientes que traen nuevos compradores obtienen formación gratuita o descuentos).



FASES DE LOS CANALES

Fase de entrega

- Garantizar que el cliente reciba el producto o servicio con la calidad y experiencia prometida.

Aplicación práctica:

- Entrega premium a domicilio, en horario concertado, con presentación cuidada (packaging exclusivo y ecológico).
- Montaje o demostración en el hogar para kits avanzados (por técnicos o asesores certificados).
- Guía de usuario personalizada y acceso al área privada de cliente (manuales, vídeos, checklist de mantenimiento).
- Instalación o prueba de equipos eléctricos o de energía si el cliente lo solicita.

FASES DE LOS CANALES



Fase de posventa

- Aumentar la **retención de clientes** y fomentar nuevas compras o recomendaciones.

Aplicación práctica:

- **Recordatorios automáticos** para renovar productos caducados del kit.
- **Servicio de mantenimiento anual (Alpha Care)** con actualización de componentes y revisión técnica.
- **Comunidad privada de clientes (Alpha Club):** newsletter, foros, talleres, eventos, charlas online.
- **Cursos avanzados** para fidelizar y mantener la formación continua.
- **Atención postventa 24/7** para incidencias o consultas urgentes.

RESUMEN DE LOS CANALES

FASE DEL CANAL	F. TEÓRICA	APLICACIÓN EN ALPHA SURVIVAL	TIPO DE CANAL
Información	Dar a conocer la marca y la oferta	Web, instagram, ferias, prensa	Directo + indirecto
Evaluación	Ayudar al cliente a comparar y decidir	Simulador web, asesoramiento, testimonios	Directo
Compra	Facilitar la adquisición segura	E-commerce, asesor virtual, financiación	Directo
Entrega	Cumplir con la promesa de valor	Envío premium, montaje, guía personalizada	Directo
Posventa	Mantener la relación y fidelizar	Alpha Care, comunidad, cursos, soporte	Directo + recurrente