



CANALES



**M.^a LUISA BERCERUELO DOS SANTOS
SOFIYAN BLANCO HERNÁNDEZ**

Las fases de los canales son las siguientes:



1. INFORMACIÓN

¿Cómo damos a conocer a los jóvenes los productos y servicios de nuestra empresa?

Objetivo: Dar a conocer Growly y generar interés.

Herramientas:

- TikTok Ads (vídeos cortos mostrando retos de ahorro).
- Instagram Reels y Stories.
- Colaboraciones con creadores jóvenes de contenido financiero.
- Mini blogs en Instagram (carruseles explicativos).
- SEO básico en Google con artículos tipo “Cómo empezar a ahorrar siendo joven”.
- Anuncios en Spotify (audio corto).

2. EVALUACIÓN

¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?

Objetivo: Que el usuario entienda cómo funciona Growly y confirme que es útil para él.

Herramientas:

- Landing pages específicas para cada campaña o reto.
- Vídeos explicativos dentro de la web (“Cómo funciona Growly en 30s”).
- Capturas interactivas / demos de la app.
- Reseñas y testimonios de jóvenes.
- Comparativas simples con apps tradicionales.
- Preguntas frecuentes claras sobre ahorro e inversión

3. COMPRA

¿Cómo pueden comprar (o en este caso, descargar y registrarse) los clientes nuestros productos o servicios?

Objetivo: Descarga sin fricción y primer registro rápido.

Herramientas:

- App Store Optimization (ASO): capturas reales, descripción optimizada.
- Deep links desde campañas (lleva directo al botón de descarga).
- Google Play y App Store con diseño coherente a lo visto antes.
- Página de descarga con CTA único (“Empieza tu primer reto hoy”).
- Botón de registro con Google/Apple ID.

4. ENTREGA

¿Cómo entregamos al cliente nuestra propuesta de valor?

Objetivo: Que el usuario entienda la app y empiece a usarla desde el primer minuto.

Herramientas:

- Onboarding guiado con 4–5 pantallas interactivas.
- Configuración de un primer reto automático (por defecto).
- Notificaciones de bienvenida y recordatorios iniciales.
- Sistema de niveles, logros, barras de progreso.
- Gráficos simples del ahorro diario.
- Automatizaciones (redondeos, microaportes, aportes diarios).

5. POSVENTA

¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?

Objetivo: Mantener motivación, evitar abandono y crear hábito financiero.

Herramientas:

- Notificaciones personalizables de progreso y retos.
- Emails semanales con resumen + consejos financieros.
- Comunidad interna (foros o espacios para compartir logros).
- Asistente educativo dentro de la app para dudas financieras.
- Retos mensuales gamificados por niveles.
- Actualizaciones periódicas con nuevas funciones.