

Canales

La comercialización de los playeros con suela intercambiable y plantilla inteligente se realiza a través de una combinación de canales digitales y físicos, con el objetivo de maximizar el alcance del producto, optimizar los costes y ofrecer una experiencia de compra cómoda y eficiente al cliente. Esta estrategia multicanal permite adaptarse a los hábitos de consumo actuales, donde el comercio electrónico y la interacción digital tienen un papel fundamental, sin descuidar el contacto directo con el público.

El canal principal de venta es la tienda online propia de la marca. A través de esta plataforma se ofrece al cliente información detallada sobre el producto, sus características innovadoras, beneficios, precios, opciones de personalización y condiciones de envío. La tienda online permite llegar a un mercado amplio, tanto a nivel nacional como potencialmente internacional, eliminando las limitaciones geográficas de un local físico. Además, facilita la gestión de pedidos, pagos seguros y el control del inventario, reduciendo costes operativos y mejorando la eficiencia del proceso de venta. La plataforma también permite recopilar datos sobre el comportamiento de los clientes, lo que ayuda a mejorar la estrategia comercial y a adaptar la oferta a las necesidades del mercado.

Como complemento al canal de venta online, se utilizan las redes sociales como un medio clave de comunicación, promoción y captación de clientes. Plataformas como Instagram, TikTok, Facebook y X permiten mostrar el producto de forma visual y atractiva, destacando su diseño, funcionalidad, tecnología integrada y posibilidades de personalización gracias a la suela intercambiable. A través de publicaciones, vídeos demostrativos, historias y colaboraciones con influencers o creadores de contenido, se busca generar interés, confianza y reconocimiento de marca. Las redes sociales también facilitan la interacción directa con los clientes, permitiendo resolver dudas, recibir sugerencias y fomentar la fidelización.

Además, se implementan campañas de marketing digital mediante anuncios en buscadores, publicidad en redes sociales, email marketing y estrategias de posicionamiento web (SEO). Estas acciones permiten llegar a un público objetivo específico, como personas interesadas en innovación, tecnología, deporte, comodidad o moda, aumentando la probabilidad de conversión. El

uso de herramientas de análisis digital permite medir el impacto de las campañas y optimizar continuamente la inversión publicitaria.

En cuanto a la distribución, los pedidos realizados a través de la tienda online se gestionan desde un almacén alquilado, donde se realiza el control de stock, el empaquetado y la preparación de los envíos. La colaboración con empresas de mensajería garantiza una entrega rápida y segura al cliente final. Este sistema permite mantener un control eficiente de los costes logísticos y asegurar que el producto llegue en óptimas condiciones.

Como canal complementario, se contempla la posibilidad de establecer acuerdos con tiendas especializadas en calzado, tecnología deportiva o productos innovadores, así como la participación en ferias, eventos y mercados locales. Estos espacios permiten que los clientes puedan probar el producto físicamente, conocer su funcionamiento y recibir asesoramiento directo, lo que aumenta la confianza y la probabilidad de compra. Este canal físico también contribuye a fortalecer la imagen de marca y a generar mayor visibilidad.

Por último, el servicio de atención al cliente se considera un canal fundamental para la relación con el consumidor. A través del correo electrónico, chat online y redes sociales se ofrece soporte antes, durante y después de la compra, resolviendo incidencias, gestionando devoluciones y recogiendo opiniones para mejorar el producto y el servicio.

En conclusión, la estrategia de canales combina el comercio electrónico, el marketing digital, la distribución logística eficiente y la presencia puntual en espacios físicos, con el objetivo de asegurar una comercialización eficaz, sostenible y orientada a la satisfacción del cliente.

