



Canales

En este apartado definimos el camino que recorre AERIS para llegar al cliente. No se trata solo de "dónde vendemos", sino de cómo nos hacemos visibles para nuestro público y cómo les entregamos el producto. Nuestra estrategia es omnicanal: mezclamos la venta directa digital (para ganar margen) con la presencia física en lugares estratégicos donde el viajero tiene la necesidad urgente (para ganar volumen).

Canales de Comunicación y Captación

Para que nos comprendan, primero tienen que saber que existimos. Como nuestro cliente no es un adolescente viendo TikToks de bailes, sino un profesional ocupado, vamos a ir a buscarlo donde trabaja y se informa.

- Publicidad de Francotirador en LinkedIn: No vamos a gastar dinero en anuncios genéricos para todo el mundo. Usaremos la segmentación de LinkedIn Ads para atacar por cargo (CEOs, Consultores, Directores Comerciales). La campaña se basará en vídeos cortos que muestren el problema real: un profesional llegando a una feria internacional con la camisa arrugada. Si sabemos que hay un evento importante en IFEMA o el Mobile World Congress, lanzaremos anuncios específicos para los asistentes de esos eventos.
- E-mail Marketing de Valor: No queremos ser spam. A nuestra base de datos no le enviaremos solo ofertas, sino contenido útil sobre "cómo hacer la maleta perfecta" o "cuidado de prendas de lujo". El objetivo es que nos vean como expertos en viajes de negocios, no solo como vendedores de perchas.
- Marketing de Influencers (Casos Reales): Buscamos credibilidad. Por eso, colaboraremos con perfiles como Sergio Beguería, expertos en emprendimiento y marca personal que viajan constantemente para dar conferencias. No queremos que hagan un anuncio guionizado, sino que enseñen en sus *stories* cómo usan AERIS en su habitación de hotel antes de salir a un escenario. Eso es validación social real.



Canales de Venta (Digitales)

- Página Web Oficial (Modelo D2C): Es nuestro cuartel general. Montada sobre Shopify (y diseñada a medida por nuestros socios de Crisp Studio), esta web está pensada para convertir visitas en ventas. Aquí es donde ganamos más dinero, ya que controlamos todo el margen y la imagen de marca. Además, al estar integrada con DHL, el cliente tiene la seguridad de un envío rápido y profesional.
- Marketplaces (Amazon): Si queremos volumen, tenemos que estar en Amazon. Muchos clientes prefieren comprar aquí por la comodidad de su cuenta Prime y la entrega en 24 horas. Aunque el margen es menor por las comisiones, nos da una visibilidad brutal y nos permite vender en toda Europa desde el primer día aprovechando su logística.



Puntos de Venta Físicos

- El Corte Inglés: Estar en su sección de viajes es ponerle un sello de calidad a la marca. Nos permite captar al cliente tradicional que valora la garantía de estos grandes almacenes y nos da un espacio para hacer demostraciones en directo del producto.
- Duty Free en Aeropuertos: Este es el canal de la "compra por impulso". Atacamos al viajero justo cuando tiene tiempos muertos antes de embarcar y está pensando en su reunión de mañana. Es el lugar perfecto para solucionar una necesidad de última hora.
- Estaciones de AVE (Atocha y Sants): Son puntos neurálgicos con un tráfico inmenso de nuestro público objetivo. Un stand en Atocha o Sants nos pone delante de miles de consultores y ejecutivos que viajan en el día.
- Tiendas de Maletas (Alianza con Samsonite): Gracias a nuestra colaboración con Samsonite, posicionamos a AERIS como el complemento natural. Cuando alguien se gasta 400€ en una maleta buena, ofrecerle nuestro pack para que la ropa vaya perfecta dentro es una venta cruzada muy lógica y sencilla.



Canales de Alianzas (Experiencia de Uso)

Hoteles (Hilton y Marriott): Este es nuestro canal más innovador. Tenemos acuerdos para que las perchas AERIS estén físicamente dentro de los armarios de las habitaciones Executive. El cliente llega, ve el dispositivo, lo usa con su propia camisa y comprueba que funciona. Si le gusta el resultado, puede comprar el pack directamente en recepción al hacer el check-out. Convertimos la habitación del hotel en nuestro mejor showroom privado.

