

Nuestra estrategia de canales para la aplicación busca distribuir la aplicación de forma eficiente y segura. En primer lugar, para llegar de manera confiable al público nos apoyaremos de una página web oficial que brindará un espacio de referencia sobre la funcionalidad de la aplicación, así como un espacio a las consultas de los clientes. Además, se emplearán redes sociales como Instagram o Facebook para ampliar el alcance mediante una serie de campañas y publicaciones que fomenten la interacción. A su vez, nos valdremos del foro integrado en la propia aplicación como medio para boletines sobre novedades y actualizaciones a la vez que establecerá un vínculo directo entre el usuario y la empresa, fortaleciendo por lo tanto a la comunidad.

Con respecto a los canales de distribución, la aplicación estará disponible en las principales tiendas digitales, tales como la App Store o Google Play, lo que asegura un acceso inmediato y seguro para los clientes, del mismo modo, la página web ofrecerá enlaces que redireccionarán los clientes a las tiendas de aplicaciones para la descarga. Asimismo, se establecerán colaboraciones con organizadores de eventos locales, quienes podrán recomendar la *app* como herramienta útil para consultar y participar en actividades cercanas.

Respecto a los canales de venta, se adoptará un modelo *freemium* que permitirá la descarga gratuita con funciones básicas y ofrecerá una suscripción *premium* para acceder a ventajas exclusivas, como filtros avanzados de eventos o foros privados. La venta se gestionará directamente a través de la aplicación, brindando inmediatez y comodidad en la transacción.

Por último, los canales se estructurarán en cinco fases. La percepción se logrará mediante campañas en redes sociales y colaboración con empresas de eventos locales. La evaluación facilitada tanto en la página web como en las reseñas en las tiendas de aplicaciones, mientras que la descarga se realizará mediante las tiendas de aplicaciones, concretándose la aplicación de forma automática, valiéndose la posventa de la comunicación a través del foro integrado, así como de actualizaciones periódicas que proporcionarán mejoras a la vez que brindan seguridad de la continuidad del proyecto.

De este modo, la estrategia de comunicación, distribución y venta se articula en torno a canales digitales que permiten llegar de forma directa y segmentada a los usuarios interesados en eventos locales, reforzando la propuesta de valor con una experiencia comunitaria.