



CANALES

Para que los productos y servicios de Canexion lleguen de forma eficaz a nuestro público objetivo, utilizamos una estrategia multicanal, adaptada a las características del mercado de personas mayores y a los familiares que actúan como decisores de compra.

Nuestro objetivo es estar presentes en aquellos puntos donde el cliente nos descubre, evalúa la propuesta, realiza la compra, recibe el producto y mantiene la relación postventa, garantizando una experiencia sencilla, accesible y de confianza.

Tipos de canales utilizados

En Canexion distinguimos claramente entre:

- Canales de comunicación: Son los medios que utilizamos para dar a conocer Canexion, explicar qué hacemos y por qué nuestro producto es útil.
- Canales de venta: Son los espacios donde el cliente puede comprar el producto o contratar el servicio.
- Canales de distribución: Son los sistemas que utilizamos para hacer llegar físicamente el producto al cliente final.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación se centran en generar confianza, explicar el funcionamiento del producto y destacar su utilidad real. Nuestros principales canales de comunicación son:

- **Página web corporativa:** La web será el principal canal de comunicación de Canexion. En ella se incluirá:
 - Información clara y accesible sobre los productos.
 - Explicación sencilla de las funciones tecnológicas.
 - Testimonios de usuarios y familiares.
 - Contenido visual adaptado a personas mayores (tipografías grandes, navegación simple).

Además, la web servirá como punto de acceso a la plataforma digital de seguimiento y a la atención al cliente. Es el primer lugar donde el cliente busca información antes de decidir la compra.

- **Redes sociales:** Las redes sociales se utilizarán principalmente para impactar a familiares y cuidadores, no tanto al usuario final:
 - Publicación de contenidos educativos sobre seguridad y envejecimiento activo.
 - Demostraciones prácticas del bastón y el andador.
 - Refuerzo de la imagen de marca como empresa comprometida con el bienestar.
 - Estas plataformas ayudan a aumentar la visibilidad de la marca y a generar confianza.
- **Colaboraciones y comunicación offline:** Canexion apostará por la comunicación directa a través de:
 - Residencias de mayores y centros de día.
 - Centros de salud y farmacias.
 - Ferias y eventos relacionados con la salud y la tercera edad.
 - Estos canales permiten un contacto más cercano y directo con el público objetivo.

Canales de venta

- **Tienda online propia:** La tienda online será el principal canal de venta, integrada dentro de la página web de Canexion. Permitirá:

- Comprar los dispositivos de forma sencilla.
- Contratar servicios de suscripción.
- Acceder a promociones o packs familiares.

Este canal facilita la compra desde cualquier lugar y a cualquier hora.

- Venta institucional y B2B: Canexion desarrollará un canal de venta específico para:
 - Residencias de mayores.
 - Centros sociosanitarios.
 - Aseguradoras y entidades públicas.

Este tipo de venta permite comercializar varios dispositivos a la vez y llegar a más usuarios.

- Alquiler y renting: El alquiler mensual de los dispositivos se gestionará también a través de la web y mediante acuerdos con centros especializados. Esta opción reduce el coste inicial para el cliente y aumenta la accesibilidad al producto.

Canales de distribución

- Envío a domicilio: La distribución de los productos se realizará mediante empresas de transporte especializadas, garantizando:
 - Entrega directa en el domicilio del cliente.
 - Embalaje seguro y adaptado a dispositivos electrónicos.
 - Seguimiento del pedido en tiempo real.

Este sistema aporta comodidad, especialmente para personas mayores.

- Distribución a centros colaboradores En el caso de ventas a residencias o centros de día, la distribución se realizará de forma directa y planificada.
-