



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Para garantizar que nuestra propuesta de valor llegue eficazmente a nuestros segmentos clave, hemos diseñado una estrategia que combina la venta directa, el retailer especializado y las alianzas estratégicas.

## Canales de Distribución

Para que nuestro producto llegue al cliente final, se ha definido una ruta de mercado que prioriza la venta directa para maximizar márgenes, pero que se apoya en canales físicos y prescriptores para generar confianza y volumen.

- **Venta Directa Online**

Es nuestro canal prioritario para maximizar el margen de beneficio y capturar datos del cliente.

- **E-commerce:** Nuestra web es el hub central, optimizada para la conversación y educación sobre nuestro producto. Fundamental para el perfil “Tecnológico”, que busca especificaciones detalladas y el “Entusiasta”, que necesita acceso a recambios y soporte técnico.
- **Marketplaces:** La presencia estratégica para captar al cliente “Principiante” que prioriza la confianza del envío y la facilidad de devolución. Este canal actúa como un escaparate de validación social a través de las reseñas.

- **Retail Físico Especializado**

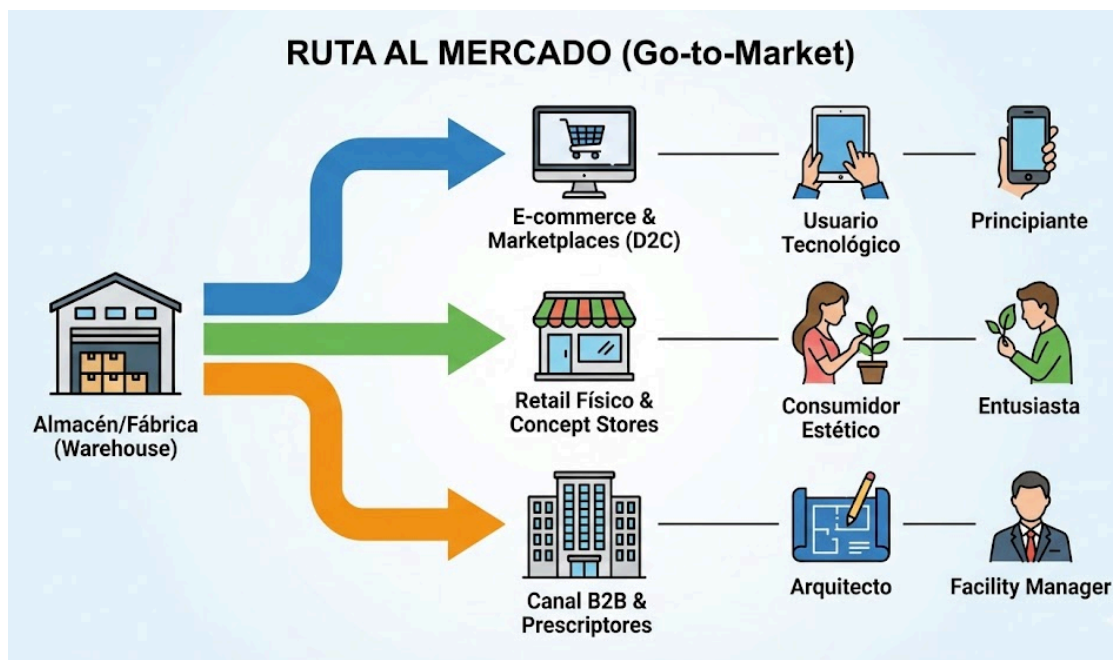
El producto tiene un componente estético y de calidad de materiales que un segmento del mercado necesita verificar físicamente.

- **Garden Centers Premium y Concept Stores:** Acuerdos selectivos con puntos de venta de gama media-alta donde el producto se expone no como un simple utensilio, sino como una solución de diseño y tecnología, alejándonos del lineal de ferretería tradicional.

- **Canal B2B y Prescriptores**

Para el segmento corporativo, la venta es consultiva y de mayor volumen.

- **Arquitectos e Interioristas:** Nuestro objetivo es que la maceta se integre en los proyectos de reforma de oficinas desde la fase de diseño.
- **Venta Directa a Facility Managers:** Contacto directo con responsables de compras y RRHH, ofreciendo soluciones completas de bienestar corporativo.





### Canales de Comunicación

¿Cómo atraemos, educamos y retenemos a cada segmento?

Nuestra comunicación no es uniforme; adaptamos el mensaje y el canal a la motivación principal de cada segmento de cliente para lograr la máxima resonancia.

- **Estrategia de Contenidos y Redes Sociales (Social Media)**

Diferenciamos el mensaje según la plataforma para atacar distintas motivaciones de compra:

- **Instagram & Pinterest (Enfoque: Estética):** Dirigido al perfil "**Estético**". Contenido visual de alta calidad centrado en la decoración de interiores, *reels* de transformación de espacios y diseño biofílico. La planta y el diseño del producto son los protagonistas.
- **YouTube & Medios Tech (Enfoque: Técnico/Educativo):** Dirigido a los perfiles "**Tecnológico**" y "**Principiante**". Colaboraciones para *reviews* técnicas a fondo, pruebas de integración con Smart Home y tutoriales educativos que demuestran la facilidad de uso.
- **LinkedIn (Enfoque: Corporativo B2B):** Dirigido a **Facility Managers y RRHH**. El mensaje se centra en el ROI (retorno de inversión) a través del bienestar laboral, la productividad, la retención de talento y el cumplimiento de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

- **La App como Canal de Comunicación Directa**

Nuestra ventaja competitiva es que la comunicación no termina con la venta. La aplicación móvil es un canal propio y directo con el usuario.

- **Notificaciones Push Inteligentes y Valor Añadido:** No solo enviamos alertas operativas, sino consejos estacionales personalizados ("Llega el invierno, tu planta necesita menos agua") para fomentar el uso continuo.
- **Cross-selling Contextual:** La App puede recomendar productos complementarios (fertilizantes, sustratos específicos) de nuestros Partners de Datos en el momento exacto en que la planta lo necesita, generando ingresos adicionales.



## Canales de Distribución y Comunicaciones

---

