

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

Para llegar de una manera eficaz al público que queremos abarcar somos conscientes que necesitamos utilizar más de un enfoque a la hora de mantener la comunicación, ya que un mismo anuncio generalmente no tendrá el mismo impacto en una persona joven que en un padre o un empresario, de igual manera va a ocurrir con las personas que viven en entornos urbanos o en entornos rurales, teniendo en cuenta que un **75% de las carreteras en España son rurales**, siendo este el lugar más peligroso y común en el que ocurre un accidente.

Utilizaremos diferentes medios para las comunicaciones:

En primer lugar utilizaremos las redes sociales buscando un entorno más llamativo a la hora de tratar de llegar a nuestros clientes, buscaremos captar la atención de los padres que buscan la seguridad de sus hijos, haremos una publicidad chocante para afectar a ese instinto de protección, para ello usaremos Tiktok, Instagram y Facebook para el público general.



Por otra parte utilizaremos las revistas de automóviles como Motor16, Autopista, Car and Drive, etc, para publicitar nuestro sistema, y así atraer a nuevos clientes aficionados del mundo al motor, llegando a particulares y organizaciones.



Aprovecharemos la **publicidad** generada en los medios de comunicación que conlleva **presentarse a diferentes concursos a nivel nacional e internacional** como StartInnova, Audicrea, Divulgaciencia, etc... en los que hemos obtenido y esperamos obtener resultados exitosos con nuestro sistema **SafeOnRoute**, que gracias a la publicidad obtenida en los medios, nuestro CEO Adriel, podrá posicionarnos en los primeros resultados de las búsquedas en los mejores buscadores, relacionadas con las palabras claves de nuestro sistema (coche, seguridad vial, DGT, accidente de tráfico, etc).



Aparte, buscaremos alianzas con aseguradoras para que incluyan **SafeOnRoute** dentro de sus servicios y lo promocionen entre sus clientes. La idea es que, si un accidente se detecta a tiempo y la asistencia llega rápidamente, el tiempo de intervención y recuperación será menor. Esto se traduce en un doble **beneficio para la aseguradora, menores costos** (menor tiempo de recuperación, menor tiempo de baja, operaciones menos costosas y nulas indemnizaciones por fallecimiento), para sus asegurados, brindando una mayor seguridad y una protección real sobre su vida.



En cuanto a los bancos buscaríamos que incluyeran nuestro sistema como beneficio para los clientes que domicilien sus cuentas **obteniendo nuevos clientes**, del mismo modo que en su día ofrecieron el Vía-T. Ofreciendo una imagen positiva y de preocupación por la seguridad vial de sus clientes.

También buscaremos alianzas con talleres mecánicos. Aunque el sistema sea *plug & play*, muchos clientes preferirán que lo monte un profesional, por eso creamos una sinergia clara, **ellos lo venden e instalan a clientes y nosotros le damos visibilidad** y generamos confianza a nuestros clientes, por ejemplo si el sistema detecta una avería la app recomendará el taller más cercano al cliente de nuestra red de convenidos.

La distribución de nuestro sistema se realizará por medio de nuestro socio Fundación Rey Ardid enviando directamente el sistema a los hogares de los particulares, que compren por la web, mientras que la distribución a las diferentes organizaciones que cooperan con nosotros será enviado a sus sedes logísticas, intentando generar envíos programados de manera mensual.

La Fundación Rey Ardid nos hará la parte de montaje, almacenaje, distribución y call center, **reafirmando así nuestro compromiso con los ODS, (inclusión).**