**5.7 Canales de Comunicación y Distribución**

**¿Qué son los Canales?**

Los **canales** representan los medios por los cuales:

1. **Se comunica la propuesta de valor** a los diferentes segmentos de clientes.
2. **Se entregan productos, servicios o funcionalidades** a los usuarios.
3. **Se mantiene una relación continua** con los clientes para garantizar fidelización y retención.

**Tipos de Canales Usados en el Proyecto**

Se dividen en dos grandes categorías:

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de Canal | Ejemplos Aplicables al Proyecto |
| Canales de comunicación | Para atraer, informar, interactuar y fidelizar clientes. |
| Canales de distribución | Para entregar productos físicos, servicios digitales o experiencias. |

**1. Canales de Comunicación**

**Objetivo: Dar a conocer la plataforma, atraer usuarios y mantener contacto continuo.**

|  |  |
| --- | --- |
| Canal | Descripción |
| Redes sociales | Instagram, Facebook, TikTok y YouTube para contenido visual y viral. |
| Marketing digital | Anuncios en Google Ads, redes sociales, remarketing y posicionamiento SEO. |
| Email marketing | Boletines, recordatorios de salud, novedades de productos y promociones. |
| Notificaciones push | Alertas de vacunas, pedidos, citas, recomendaciones personalizadas. |
| Contenido educativo | Blog sobre salud animal, adopción, entrenamiento, nutrición, etc. |
| Promociones cruzadas | A través de aliados como clínicas veterinarias y proveedores. |
| Marketing de referencia | Bonificaciones por invitar usuarios o recomendar veterinarios. |

**2. Canales de Distribución**

**Objetivo: Entregar productos y servicios de forma eficiente, segura y accesible.**

|  |  |
| --- | --- |
| Canal | Descripción |
| Plataforma web responsiva | Acceso desde cualquier navegador y dispositivo (PC, móvil, tablet). |
| Aplicación móvil (Android/iOS) | Entorno nativo con notificaciones, compras, historial y citas. |
| Tienda online integrada | Catálogo de productos, recomendaciones, carrito y pagos por PayPal. |
| Aliados logísticos | Entrega de productos físicos mediante DHL, Estafeta, Redpack, etc. |
| Clínicas afiliadas | Puntos físicos donde se consultan o gestionan datos médicos y recetas. |
| Veterinarios en campo | Posible expansión a servicios a domicilio o emergencias a futuro. |
| Geolocalización de servicios | Ubicación y filtro por cercanía de veterinarios y clínicas disponibles. |

**Integración de Canales**

Tu plataforma busca **centralizar todos los canales** en una experiencia fluida para el usuario. Así, un cliente podrá:

1. **Descubrir la plataforma** por redes sociales o recomendaciones.
2. **Registrarse y crear el perfil de su mascota** desde la web o app.
3. **Consultar historial, agendar y comprar** desde el mismo entorno.
4. **Recibir alertas o pedidos físicos** sin cambiar de canal.
5. **Interactuar con soporte, contenido o la comunidad** en los mismos medios.

**Fases por canal (embudo de cliente)**

|  |  |
| --- | --- |
| Etapa del cliente | Canal Principal |
| Descubrimiento | SEO, redes sociales, Google Ads, aliados. |
| Interacción y conversión | Web/app, contenido de valor, onboarding amigable. |
| Entrega del valor | Web/app, tienda online, logísticos, veterinarios. |
| Fidelización y soporte | Email, notificaciones, chatbot, comunidad. |

**Beneficios de la estrategia multicanal**

* Mayor alcance y adquisición de usuarios en distintas plataformas.
* Experiencia omnicanal fluida y coherente.
* Mejora en la tasa de retención por comunicación constante y personalizada.
* Aumento del **Lifetime Value** (LTV) del cliente por recurrencia de servicios y compras.
* Canales digitales fácilmente escalables a nivel nacional.