

🔊 Canales de Comunicación y Distribución

Para alcanzar a nuestros segmentos de mercado (principalmente restaurantes gastronómicos y fine dining), debemos utilizar canales que transmitan profesionalidad, exclusividad y soluciones específicas para el sector de la sumillería y la alta cocina.

Nuestra estrategia se centrará en la demostración de valor y el contacto directo con los decisores clave (Sommeliers y Propietarios).

1. 🌐 Canales Digitales y de Contenido (Atracción y Educación)

Canal	Estrategia de Comunicación	Propuesta de Valor Comunicada
Sitio Web Profesional	No solo un catálogo, sino un centro de recursos . Incluir casos de estudio de éxito y calculadoras de ahorro (<i>ROI</i>).	"Mida el dinero que está perdiendo sin nuestro control de añadas."
Marketing de Contenidos (Blog/Newsletters)	Artículos dirigidos al Sommelier sobre temas como "La importancia de la rotación de añadas" o "Cómo la tecnología reduce el estrés del inventario".	"Le proporcionamos herramientas, no solo software. Mejore su gestión de bodega."
Publicidad en Redes Profesionales (LinkedIn)	Campañas segmentadas geográficamente dirigidas a "Propietarios de Restaurantes" y "Sumilleres" en zonas de alta gastronomía.	"Pase más tiempo vendiendo y menos tiempo contando."

2. 🗨️ Canales de Contacto Directo y Prescripción (Conversión)

Estos canales son los más efectivos para cerrar ventas en el sector B2B de alta gama:

Venta Directa y Demostraciones Personalizadas:

Organizar demostraciones en vivo (webinars o reuniones 1 a 1) donde se resuelve un problema real del cliente (ej. "Encontrando la botella X de la añada Y en 10 segundos").

El equipo comercial debe ser experto en vinos para hablar el mismo idioma que el sommelier.

Asociaciones con la Industria (Socios Clave):

Acuerdos con Asociaciones de Sumilleres: Ofrecer la aplicación como un partner tecnológico exclusivo a los miembros.

Colaboración con Distribuidores de Vino de Lujo: Los comerciales de estas distribuidoras prescriben la app cuando visitan a sus clientes de alta cocina.

Eventos y Ferias Gastronómicas:

Tener presencia en ferias como Madrid Fusión, congresos de sumillería o eventos de Denominaciones de Origen.

Estrategia: En lugar de un stand general, montar un "Puesto de Control de Inventario Rápido" para atraer a los profesionales a probar la eficiencia en el momento.

3. 📣 Canales de Relaciones Públicas (Credibilidad)

Colaboración con Medios Especializados: Publicar artículos o entrevistas en revistas de alta cocina y publicaciones de vinos (Guía Peñín, Decanter) para generar credibilidad en el sector.

Testimonios y Casos de Éxito: Destacar en la web y materiales de marketing los testimonios de Sommeliers y propietarios de restaurantes reconocidos que ya usan la aplicación.

La comunicación debe ser siempre enfocada en la solución de los problemas de precisión y rentabilidad que el control manual no puede ofrecer a una bodega profesional.