

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

- ✚ ¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?



Para establecer la comunicación, es decir, la actividad destinada a hacer llegar a los clientes potenciales (aquellos a los que dirigimos nuestro producto) los beneficios del producto y persuadirles para que realicen la compra; vamos a utilizar el siguiente instrumento:

- **Promoción de ventas**, que es el conjunto de acciones puntuales que no están canalizadas a través de los medios de comunicación y que pretende estimular las ventas a corto plazo. Puede ir dirigido tanto a consumidores como a los distribuidores. En cuanto a estos últimos, vamos a establecer descuentos por las compra de una determinada cantidad (rappel).

Otra manera de hacer llegar nuestro producto al consumidor, es mediante alianzas comerciales con empresas que vendan productos de papelería, en las que nuestro producto sea un regalo complementario a las ventas que realicen dichas empresas siempre que éstas superen los 12€.

En cuanto a la distribución, que consiste en poner el producto demandado a disposición del mercado, de manera que se facilite y estimule su adquisición por el consumidor. Para conseguirlo se utilizan canales de distribución o intermediarios.

Los canales de distribución, el medio a través del cual los productos van desde el fabricante hasta el consumidor final van a ser:

- **Según su longitud** (número de intermediarios)
 - **Canal corto**, en el que hay un intermediario. Va de nuestra empresa hasta un detallista, en este caso una papelería que venda directamente al consumidor final nuestro producto.
 - **Canal largo**, en el que hay dos o más intermediarios. Nuestra empresa vende por medio de Internet (tiene su propia página web) el producto a grandes empresas, que lo venderán a otras más pequeñas, y éstas al consumidor final. De esta manera, permitimos que nuestro producto llegue a más gente.
 - **Canal directo**, en este se incluye la venta online tanto a clientes como a distribuidores en la que podrán realizar las compras del producto, informarse de las promociones y de los nuevos diseños de éste.
- **Según la relación entre los intermediarios y el fabricante**
 - **Canal ajeno**, ya que nuestro producto es técnicamente sencillo y no supone un gran desembolso. En este canal, los intermediarios no pertenecen a la organización de nuestra empresa, simplemente nos compran la mercancía y la venden.

La estrategia que seguimos es distribuir el producto en el mayor número de establecimientos posibles para tener un público muy extenso, de ahí a que utilicemos una gran diversidad de canales de distribución.



