

CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACIONES

A nuestro cliente le haremos llegar su producto o servicio mediante unos canales de comunicación, donde la separación geográfica, según donde se encuentre el vendedor o comprador, imposibilita su desplazamiento y hacen necesario este tipo de distribuidor.

Esto, gracias a nuestro conjunto de socios y proveedores, se hace posible para facilitar la circulación del producto elaborado o creado por nuestra empresa hasta llegar a manos del usuario.

Según nuestros tipos de canales de distribución, que son "Directos" e "Indirectos", enfatizan también con canales cortos y largos mismos que nos traen beneficios diferentes, puesto que es parte de la logística buscar beneficio en ambas partes, es decir, dependiendo del tipo de canal. Nuestra idea principal es la de vender nuestro producto o servicio al cliente sin ningún tipo de intermediario en este tipo de servicios.

En nuestra empresa tenemos que tener una expresión con nosotros mismos y con nuestro cliente, para ello tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

Según lo que necesite nuestra empresa nos comunicaremos de forma externa hacia el cliente de diferentes maneras:

- Mediante boletines informativos.
- Convocatorias.
- Correos electrónicos.
- Pancartas publicitarias.

- Folletos publicitarios.
- Mediante página web.

También tendremos un departamento o oficina donde nuestros clientes puedan ser atendidos mediante teléfono o presencialmente para pedir su cita.

Nuestra misión es emitir un mensaje para que el cliente perciba ese mensaje y se cierre el proceso de comunicación mediante el vendedor y el cliente aceptando el mensaje.

Nuestro cliente tiene que percibir el buen estado de la empresa y del ambiente con el público proporcionándole todo tipo de comodidades como en este caso, los masajes. Uno de los factores más importantes es que nos evalúen según sus criterios y nos puntúen según ellos hayan recibido el servicio. Con esta clase de canales nos ayuda a tener que mejorar la calidad de servicio o no.