

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES:

Los canales nos servirán para que nuestro proyecto alcance sus segmentos de mercado para hacerles llegar nuestra propuesta de valor.

Podemos distinguir los canales de comunicación, los canales de distribución y los canales de venta.

Los canales son el contacto que se establece con los clientes y se componen en 5 fases (la percepción, la evaluación, la compra, la entrega y la post-venta).

Las principales vías que vamos a utilizar para distribuir nuestra propuesta de valor a nuestros clientes son:

El canal de comunicación más adecuado para ponernos en contacto con nuestros clientes es a través de Internet, con una página web, contratar una empresa para poner publicidad de nuestra empresa en los autobuses y en las marquesinas.

El canal que vamos a utilizar para ofrecer nuestros servicios es la publicidad mediante folletos informativos que darán a conocer el trabajo realizado en nuestra empresa.

Nuestra empresa quiere llegar a nuestros clientes con nuestros propios canales como es con nuestra página web y nuestra propia red de comerciales. También queremos hacerlo a través de canales asociados.

Los canales que vamos a utilizar son:

- Canales propios, más concretamente los canales directos. Son los que evitan intermediarios, como por ejemplo una fuerza de ventas formada por un equipo de comerciales o una tienda online para ventas por Internet. Aunque son más costosos tienen un margen de beneficio mayor.

- Canales asociados, ya que son canales indirectos que se ocupan de un amplio nivel de opciones como son las empresas contratadas para anunciar la empresa en los autobuses y en las marquesinas. Aunque tienen un margen menor de beneficio podemos llamar la atención de más clientes.



