

### **3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES**

#### **3.1. Describir cuáles son las principales vías para comunicarse con el cliente o con los distintos segmentos de clientes**

Nuestro objetivo principal es dar a conocer nuestro producto, tanto a las personas invidentes, que serán nuestros clientes finales, como a las empresas y asociaciones (ONCE, ACIC y APASCIDE), así como a las ópticas, farmacias y ortopedias, para que sepan todas las utilidades que lleva nuestro bastón y cómo es su funcionamiento.

Nuestra intención es vender el producto en todos los establecimientos posibles para que a nuestros clientes finales les sea más fácil adquirirlo.

A la hora de comunicarnos con nuestro cliente final, tenemos que tener en cuenta que es ciego y habrá, por tanto, muchas formas de comunicación a las que no podremos recurrir, aunque también debemos pensar que muchas personas de su entorno sí pueden verlo, como familiares, amigos, asociaciones, etc. y serán éstos los que en muchos casos sean los que les aconsejen.

Así, para dar a conocer nuestro producto usaremos principalmente:

- Publicidad en YouTube:
  - Anuncios in-stream que no se pueden saltar. Son anuncios de vídeo que se pueden insertar antes o durante el vídeo principal y es obligatorio verlos antes de poder reproducir el vídeo seleccionado.
  - Anuncios de display o banners, aparecen en todas las zonas del sitio a excepción de la página principal. Aparecen a la derecha del vídeo en cuestión y sobre la lista de sugerencias de vídeo.
- Anuncios sonoros en nuestra página web.
- Redes sociales.
- Publicidad en la radio.
- Publicidad en diferentes revistas de organizaciones para ciegos.
- Publicidad en catálogos de productos de apoyo.
- Publicidad en comunidades web para los usuarios con problemas de visión.

### **3.2. Describir cuáles son las principales vías para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente o a los segmentos de clientes**

Las principales vías que vamos a utilizar para distribuir el bastón a nuestros segmentos de clientes son:

- **Canales propios:**

La ventaja de este tipo de canales es que tenemos un mayor margen de beneficios, pero el inconveniente es que resulta más costoso implementarlos y gestionarlos.

- **Venta por Internet:**

Diseñaremos una página web para dar a conocer nuestros bastones y venderlos.

- **Venta por teléfono:**

Tendremos a disposición del cliente un teléfono para que además de consultarnos dudas, pueda realizar la compra o cualquier tipo de reclamación.

- **Comerciales:**

Realizaremos una labor comercial para intentar llegar al máximo número de establecimientos posibles y así hacer que vendan nuestros bastones.

- **Canales asociados:**

La ventaja de asociarnos es que nos permite alcanzar un número de clientes mucho mayor.

- **Tiendas asociadas:**

Además de vender a través de la web, intentaremos llegar a nuestros clientes finales por medio de farmacias, ortopedias, ópticas.

- **Asociaciones:**

Venderemos nuestro producto también a través de asociaciones de personas ciegas como ONCE, ACIC, APASCIDE...

Por ejemplo la ONCE cuenta con un servicio de venta de productos tiflotécnicos, tanto a distancia como de forma presencial

- **Canales de distribución:**

Tanto para hacer llegar los bastones hasta nuestro almacén, como para luego hacerlo llegar hasta nuestros clientes, negociaremos con una empresa de transportes