

## **5.- Canales de comunicación**

Los canales son puntos de contacto con el cliente y se componen de cinco fases:

- 1. Percepción:** El lanzamiento de nuestra marca se produciría tanto en diversas redes sociales como en puntos frecuentados por el público joven tales como universidades y centros comerciales, donde nuestro equipo técnico acudiría a asesorar sobre el uso de la web y la configuración del calzado.
- 2. Evaluación:** Tras la apertura de la web y la evaluación de los pedidos realizados obtendríamos la valoración de nuestra marca y de este modo podríamos comenzar a intuir a grandes rasgos cuales serían los modelos más comerciales, así como los tejidos y colores que más se consumen.
- 3. Compra:** Finalmente a través de los pedidos realizados comenzaremos a obtener beneficios e intentaremos fidelizar a los clientes con un trato cercano y el cumpliendo el plazo de nuestras entregas.
- 4. Entrega:** La rapidez en la producción de nuestro producto gracias al software interconectado con los distintos proveedores, nos permitirá servir el calzado en un plazo máximo de 72 horas hábiles.
- 5. Postventa:** Gracias al servicio de comunicación online a través de la página de la empresa y de las RRSS así como de nuestra disposición en el local comercial, el cliente podrá solventar cualquier duda de una manera cercana.