



## Canales.

Es esencial que el producto a desarrollar esté rodeado de una red de **canales que lo complementen y faciliten su venta**. Para ello, teniendo en cuenta el carácter novedoso del producto, así como su condición de “**complemento**”, se considera como la mejor opción una mezcla de **canales asociados y propios**.

### Canales de comunicación.

Los canales de propagación y publicidad del producto, serán en su mayoría asociados. Al menos hasta que el producto adquiera fama en el sector. La promoción del producto se hará de forma diferente en función de las dos variantes existentes: la portátil para el usuario recreativo o práctico, y la mejorada con extras para el deportista.

- **Comunicación usuario recreativo:**

Se considera vital acercar el producto al cliente, por lo que la principal vía a utilizar, será la asociación con **grandes superficies especializadas** en el sector (**ampliación en “Sociedades clave”**). En el caso de la ciudad donde se desarrolló la idea, Logroño, empresas como Decathlon, Forum Sport, Ferrer... serían las más apropiadas.

Un acuerdo de **marketing** con estas tiendas, así como la inclusión del freno en sus productos ciclistas (como **complemento**), es clave en la comunicación hacia este tipo de usuario.

Además, a escala local, se podrían incluir espacios publicitarios en emisoras de radio, paneles...



- **Comunicación usuario deportista:**

Sin duda este segmento de mercado es más complicado de promocionar. No obstante, acuerdos de publicidad con **páginas web** afines al proyecto<sup>1</sup>, así como **clubes deportivos**<sup>2</sup> serán la base de la comunicación.

La inclusión del producto en **sorteos de pruebas deportivas**, el patrocinio de profesionales ciclistas y anuncios en publicaciones del sector, son las principales vías a utilizar.

Sin embargo, para ambos tipos de producto, la comunicación también se hará por medios directos, como cuentas en **redes sociales (ampliación en “Relación con el cliente”)**.

### **Canales de distribución y venta.**

La distribución del producto suele ser uno de los aspectos que más encarece el proceso productivo. La utilización de medios propios supone un gasto económico importante, por lo que se optará por la **asociación con otros distribuidores**, así como por empresas de mensajería.

Como ya se ha explicado, el producto ofrecido por “HAMSCycles” es de uso complementario, por lo que un canal de distribución y venta especializado en productos ciclistas sería beneficioso. Se plantea por tanto una asociación con **empresas destacadas en este sector**: Bikester, Retto... como con **empresas de multideporte** ya citadas: Decathlon, Ferrer...



No obstante, para aquel usuario que quiera adquirirlo de forma directa, se le dará la posibilidad por vía internet, utilizando **servicios de mensajería**. Este servicio tendría un **coste más elevado**, puesto que la fragilidad del producto aumenta los costes de distribución.

En esta tabla se muestra un pequeño ejemplo de los costes que supondría su envío desde Logroño a diferentes puntos internacionales<sup>3</sup>:

<b>Empresa</b>	<b>Tiempo de entrega aproximado (días)</b>	<b>Destino</b>	<b>Precio en euros (€)</b>
Fedex	2-5	Francia	28,94 + IVA
Fedex	4	USA (Chicago)	92,00
Correos Express	4-10	Francia	19.39 + IVA
Correos Express	24 h	USA (Chicago)	51,74
Interpost aereo	4-10	China	71,74
Seur	4-10	Holanda (Amsterdam)	24.7 + IVA
GLS	4-10	Alemania (Berlín)	20,58 + IVA

### **Canales de post-venta y relación con el cliente**

Para mostrar cercanía al cliente, se dispondrá de una red de canales post-venta propios (servicio mecánico, ayuda...) y de atención directa que se explicarán con detalle en **“Relación con el cliente”**.



### **Aclaraciones y enlaces:**

1. Existen miembros del proyecto pertenecientes al equipo de redacción de la página web: [www.sprint-final.com](http://www.sprint-final.com)
2. La participación activa de los miembros en deportes de bicicleta (triatlón), les sitúa en una posición favorable para conseguir el patrocinio de sus clubs correspondientes: Club Logroño Triatlón, SCM Multisport...
3. Se utilizó el comparador gratuito: [www.sendiroo.com](http://www.sendiroo.com)