

CANALES

Los canales son la base de comunicación de nuestra empresa y alcanza a los segmentos de mercado para hacerles llegar nuestra propuesta de valor.

Existen varios tipos de canales:

-Comunicación: que nos van a servir para dar a conocer nuestros productos y servicios, de forma que el mercado pueda evaluarlos y cotizarlos. Emplearemos técnicas de publicidad y promoción que den a conocer a nuestra empresa que apuntaría a la especialización dirigiendo sus programas y actividades a los colectivos que mayores dificultades tienen para acceder a la saludable práctica deportiva: Los discapacitados en sus distintos estados. Podremos utilizar el boca a boca, publicidad, página web, incentivos a corto plazo que estimulen la compra por parte del cliente, como ofertas de lanzamiento, con matrícula gratuita, demostraciones, clases gratis, demostraciones en centros especializados, etc.

-Distribución: Este canal nos va a hacer llegar nuestra empresa a los distintos destinos que pueda tener, ya sean distintos distribuidores o los clientes. En este caso distribuiríamos nuestras propuestas a los clientes haciéndoles partícipes de las actividades deportivas dentro de sus limitaciones, pero con un amplio afán de superación e implicación. La estrategia sería dar visibilidad al deporte inclusivo donde personas con y sin capacidad practicarían deportes juntas. Nuestro canal de distribución se haría a través de colegios especializados, centros y diversas asociaciones de personas con discapacidad.

-Venta: Sirve para acortar distancias entre el cliente y la empresa, sirve para adquirir el producto o servicio y para recibir atención posventa personalizada. Se podría vender tanto en colegios con personas discapacitadas de diferentes tipos, donde a mejor forma física se obtienen más salud, más calidad de vida, ocio e integración social. Nuestra venta sería muy personalizada adaptándola en cada caso a la necesidad y características del cliente.

