

### 3.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

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

Nuestra principal vía para comunicarnos con nuestros clientes será a través de la publicidad que hagamos utilizando las redes sociales, que son la propia página web, Facebook, Instagram, Twitter, Flyers en hoteles, etc.

También estaremos actualizando cada día nuestras redes sociales para así poder ofrecer a nuestros clientes información sobre las últimas novedades que ofreceríamos en nuestro autobús, como, por ejemplo:

- ❖ Productos Alimenticios
- ❖ Ofertas
- ❖ Cambios en las Rutas

También tenemos atención personal ya que nuestra sede estaría a disposición de nuestro cliente y se podrían acercarse personalmente a preguntar cualquier duda que tengan ya que no todas las personas saben utilizar las redes sociales o prefieren un trato personal y nuestras oficinas estarían a disposición de nuestros clientes de lunes a sábado de 8:30h a 14:00h.

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

##### **Tipos de canales:**

Los principales canales para darnos a conocer son:

Flyers, Facebook, Instagram y diversos tipos de anuncio "Radio".

Nuestra publicidad que no sea digital lo distribuiremos en diferentes Hoteles. Así mismo los podremos repartir personalmente por la ciudad.

##### **Fases de un canal:**

- **Precepción**

Nuestros clientes conocen de nuestra empresa, por medio de la publicidad que hemos estado dando a nuestra prestación de servicio. Creceremos publicitariamente a través de las mejoras de nuestras redes sociales para facilitar la mayor cantidad de información por un mayor número de lugares y más adelante crearíamos una aplicación para nuestros clientes y así ellos podrían entrar y conocer ofertas y los cambios que se realizaran.

- **Evaluación**

Nuestros clientes juzgarían nuestro servicio a través de nuestra propia app. Informándonos ellos de nuestros puntos fuertes y de los que tenemos que mejorar

### **Compra**

Hay que facilitar a nuestros clientes la posibilidad de comprar o adquirir los servicios que ofertamos a través de nuestra aplicación.

### **Clasificación de los canales**

Conoceremos lo que le cliente desea percibir y su grado de satisfacción a través de pequeñas encuestas que se realizaran al finalizar la ruta turística. Con una encuesta breve y sencilla que implicar muy poco tiempo del cliente. No se realizará la encuesta de forma virtual debido a que está no es fiable y está a disposición de todo el público.

### **Una empresa u organización puede escoger entre:**

- 1.- Llegar a los clientes por medios de canales propios (a través de páginas web, de manera física en la oficina)
- 2.- En el futuro nos podríamos asociar con algún establecimiento que pueda vender nuestros tickets para nuestro bus.

### **Ventajas e Inconvenientes de los diferentes canales.**

- **Canales directos**

Los canales directos son los que evitan intermediarios para realizar cualquier función de distribución de nuestros tickets, sin perder beneficio.

- **Los canales indirectos**

Son aquellos lugares donde se ofrecerían nuestros tickets o billetes de autobús al por mayor en dichos establecimientos, llegando a un previo acuerdo con estos.

- **Los canales asociados**

Son los canales indirectos que abarcan un amplio rango de opciones, que nos permiten alcanzar un número mayor clientes, aunque conllevan márgenes menores de beneficio.

- **Los canales propios**

Son los canales directos que incluyen un margen mayor de beneficios. Como por ejemplo adquirir otra oficina.