

Canales

Los medios que utilizaremos para poder comunicarnos con las personas y darles a conocer nuestro producto serán:

- ❖ Canales de comunicación
- ❖ Canales de venta

Nuestro objetivo es que las personas instalen nuestro producto en sus vehículos con el fin de tener el coche o la moto localizados en cualquier momento y conocer el estado de su vehículo en todo momento.

Nuestra primera forma de comunicar la presentación de nuestro proyecto son las Redes Sociales, ya que la gran parte de la población las utiliza (Instagram, Twitter, Facebook y en Publicity). También en anuncios de prensa y revistas relacionadas con coches y motos. Por otro lado también en emisoras de radio a través de cuñas y en los espacios que nos ofrezcan en entrevistas y coloquios, donde utilizaremos un tiempo determinado para una pequeña explicación del dispositivo.

Además, si se necesita obtener más información, recibiremos llamadas y correos electrónicos para responder todas las dudas y consultas y por supuesto a través de nuestra Aplicación.

Ferias y exposiciones a través de stand:

- En <https://www.nferias.com/> vamos a participar en cuatro durante este año 2.018.



- Si el proyecto empieza a crecer como esperamos, el próximo año contactaremos con el ICEx, para intentar llevar a cabo una estrategia de internalización de nuestros productos en el extranjero.



Los canales de venta serán los talleres que participan con nosotros en montar este dispositivo.



La venta se llevará bajo pedido, abaratando los costes internos de la empresa y consiguiendo reducir el stock propio de la empresa, reduciendo los gastos de almacenamiento.

También llevaremos a cabo un canal post-venta, para las posibles actualizaciones, mejoras de producto, garantías y contacto con clientes además de encuestas de valoración.

Hemos considerado la producción “just in time” para los primeros dos años, con el fin de asumir menos costes y riesgo. En el tercer año empezaremos a obtener beneficios (como viene explicado en el apartado de Ingresos) y decidiremos sobre las nuevas estrategias de crecimiento de la empresa.