

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

El canal de comunicación más adecuado para ponerse en contacto con nuestros clientes es a través de Internet, mediante una página web.

El canal que vamos a utilizar para la venta es una tienda online y venga al por mayor a marcas de automóviles interesadas en él. La distribución y envío de los sensores se hará por correo, ya que tendremos contratada una empresa de transportes MRW.



Los canales de comunicación serán variados, contaremos con anuncios en radio, y poco a poco si obtenemos ganancias importantes en TV, también nos dejaremos ver por redes sociales, para que el público joven nos conozca, crearemos en cuentas para que la gente opine sobre el dispositivo y un tablón de sugerencias sobre él. También apareceremos en el periódico como El Diario Montañés, ese mismo que tanto lleva apoyando al joven y buen emprendedor.

Aplicaremos una distribución intensiva, busquemos con ella el mayor número de puntos de venta posible, múltiples centros de almacenamientos para asegurar la máxima cobertura del territorio de ventas y una cifra de ventas elevadas. La ventaja de esta distribución es la de maximizar la disponibilidad del producto y proporcionar gran participación en la compra del producto debido a la elevada exposición de la marca.

Utilizaremos una estrategia que concentre los esfuerzos de promoción sobre el consumidor final, evitando a los intermediarios. El objetivo es crear en el consumidor unas actitudes positivas hacia el producto y la marca y hacerlo de manera que el comprador pida, inclusive exija, tal marca al distribuidor, que se vera de esta manera forzado a tener el producto para hacer frente a la demanda de sus clientes. Ejemplo: Siguiendo con las empresas de venta por catalogo, estas ofrecen promociones a los consumidores finales tales como: dos x uno, días de descuento, compras varios productos te llevas otro gratis, etc. Haciendo así que el cliente exija al distribuidor que le venda ese producto y por tanto el distribuidor tiene que conseguirlo de la empresa.