



## CANALES

Los canales de comunicación están determinados por los canales que usan nuestros segmentos de clientes, estos pueden ser tres: canales de comunicación, de distribución y de venta.



Tendremos que recurrir a **canales de comunicación directos** para entrar en contacto con nuestros clientes.

Nosotros mismos actuaremos como comerciales, acudiendo en persona para presentar nuestro producto, y emplearemos nuestra página web para conseguir una mayor difusión. Respecto a las administraciones locales, tendremos que estar al tanto de las nuevas adjudicaciones de los servicios de playa.

También podemos usar **canales indirectos**, como insertar banners en las páginas web de empresas del sector náutico. Además, los medios de comunicación podrán jugar un importante papel en la creación de interés público por nuestro proyecto. Incluso podremos recurrir al boca a boca (marketing viral) para que nuestros amigos y familiares nos ayuden a dar a conocer nuestro invento.



La asistencia a una feria importante como expositor tendría una gran importancia para nosotros, puesto que nos ayudaría a conectar “necesidad con oferta”, sobre todo al principio de nuestra actividad. Nuestro principal objetivo sería estar en la **Feria del Salón Náutico de Barcelona**, la cual es una de las más importantes tanto nacional como internacionalmente del sector.



Por último, también contemplamos la posibilidad de asistir como visitantes a otras ferias, donde aprovecharíamos para **integrarnos en el sector** consiguiendo contactos y **repartiendo publicidad** de nuestros **FLOPAIR**. Un ejemplo de esta, sería la pasada feria del 15-09-2017 de Salvamento y Socorrismo en la I Feria del Deporte de Zamora.



E incluso utilizar también folletos publicitarios que sean fácilmente repartidos en eventos significativos del sector. Como pueden ser los **campeonatos del mundo de Salvamento y Socorrismo**. Por ejemplo, el último realizado en Bélgica.