

CANALES

Es el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

Las funciones:

- Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa
- Permitir que los clientes comprendan productos y servicios específicos
- Proporcionar a los clientes una propuesta de valor
- Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa
- Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa.

Según los tipos de canales de distribución pueden ser *directos* e *indirectos*:

En el directo se usan canales cortos, el producto para llegar a manos del consumidor final gasta menos recursos y esto nos beneficia tanto a nosotras como los clientes.

En los canales de distribución indirectos donde existen intermediarios, tiende a tener un costo mayor puesto que la empresa tiene mayores gastos.

Nuestro producto se distribuye mediante un canal directo ya que no hay ningún intermediario y lo vendemos directamente al consumidor final.

Tenemos una serie de canales que los distinguimos en publicitarios, informativos y para tener una relación más cercana con los clientes.

Publicitarios/ informativos:

- Redes Sociales
- Web

Relación más cercana con los clientes:

- E-mail
- Teléfono