



Canales:

Fases:

- **Percepción:** buscaremos captar clientes a través de nuestras campañas de *marketing* con las cuales intentaremos llegar a gente por distintos medios (redes sociales, televisión, periódico...).
- **Evaluación:** nuestra evaluación la podremos realizar a través de gráficos y diagramas de barras donde aparezca la medición de distintas variables como por ejemplo la diferencia entre el resultado de un ejercicio anterior y otro posterior, la diferencia entre los clientes adquiridos después de dos ejercicios en distinto espacio temporal, la diferencia entre las críticas y quejas de dos ejercicios en distintos periodos de tiempo... También podemos seguir una evaluación externa a la empresa mediante escalas de estimación para conseguir un *feedback* por las redes sociales.
- **Compra:** como hemos citado anteriormente nuestra compra de materias primas se realizará en conjunto con los gregarios de la sociedad comanditaria para lograr los dos principales objetivos: abaratar costes en la compra del componente básico de nuestro producto y lograr un *stockage* para conseguir descuentos comunes con el resto de participantes de dicha sociedad.
- **Entrega:** la dividiremos en dos: entrega de materias primas a nuestra empresa, entrega de nuestro producto final a clientes intermediarios.
 - Entrega de materias primas a nuestra empresa:
Al disponer de instalaciones específicas dentro de nuestra sociedad comanditaria se acordarán unas medidas de entrega mensual en nuestro almacén de materias primas a cambio de una prima para cubrir dicha necesidad, teniendo así siempre disponible el *stockage* con el aforo exacto de producto base para completar nuestro ejercicio.
 - Entrega de nuestro producto final a clientes intermediarios:
Para esta entrega se buscará una subcontrata, encargada de llevar nuestro producto final a clientes intermediarios. Dichos clientes serán industrias tabaqueras o estancos. Se intentará pactar con clientes fieles acuerdos para repartir la distribución de nuestro producto a cambio de mayores descuentos o promociones más beneficiosas.



- **Servicio de post-venta:** nuestro servicio de post-venta tratará de saciar de la mejor manera posible cualquier petición por parte de nuestras empresas intermediarias y consumidores finales. Se podrá distinguir devoluciones por mal estado y devoluciones de otra índole. Al tratarse de devoluciones por mal estado nosotros nos haremos cargo de la empresa intermediaria de la distribución para el cambio del producto en mal estado independientemente del estado en el que cual se encuentre, siempre y cuando no haya sido utilizado. Además, al tratarse de fallo en la producción dispondrán de un descuento añadido en el siguiente pedido. Si se tratase de una simple devolución de cualquier índole siempre y cuando no afecte al estado del producto por fabricación serán las empresas las responsables de hacernos llegar el producto a nuestras instalaciones sin ningún coste añadido por nuestra parte.

Dentro de nuestros canales distinguimos:

- **De comunicación:** propia y directa, esto significa que nuestra propia empresa se encargará directamente de tramitar lo necesario para hablar y relacionarse con nuestros clientes. Así lograremos alcanzar una relación de afinidad para ganar confianza con dichos clientes y en el supuesto caso de haber algún problema con estos poder resolverlo de la mejor manera posible.
- **De distribución:** ajena, esto significa que tendremos una subcontrata cuya principal función será distribuir nuestro producto final hasta los compradores. Como mencionamos anteriormente, podemos utilizar este recurso/empresa con nuestra sociedad comanditaria para así reducir trámites intermediarios de distribución y abaratar costes.
- **De venta:** directo, será nuestra empresa la que establecerá la relación directamente con compradores, no tenemos intermediarios para elaborar nuestro producto, directamente partimos de la materia prima y empaquetamos el producto final para que nuestra subcontrata distribuidora solo se limite a transportar la mercancía.