

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

El **canal** de **distribución** de nuestra empresa sería un canal **externo** o **ajeno** ya que nuestra empresa es muy distinta a la productora y nuestro proceso de distribución sería un negocio propio. Y el tipo de distribución **externa** sería la **corta** porque nuestro producto iría desde el fabricante al minorista y después de este al cliente, ya que nuestra plataforma conectaría los productos con los consumidores de una forma muy sencilla y ágil.

Sobre la **estrategia** de distribución estaríamos hablando sobre una estrategia intensiva ya que nuestra venta se realizaría a través de múltiples agentes con el objetivo de poder situar nuestro producto en un mayor número de comercios posibles.

Las **funciones** de nuestros **canales**, al igual que otras empresas serían:

- Centralizar **decisiones** básicas de la **comercialización**.
- Intervenir en una fijación de **precios** y aconsejar el más adecuado para nuestros clientes.
- Participar en unas actividades de **promoción**.
- Intervenir directamente o indirectamente en unas actividades para promocionar nuestra página web.
- **Reducir** los **gastos** de control.
- Vender productos en lugares que tengan difícil accesibilidad.

En cuanto a las **comunicaciones**, hemos decidido promocionar nuestra tienda online de forma adecuada y en la cual los clientes puedan acceder a ella en el momento que ellos quieran y sin ningún problema.

- Las **redes sociales** dentro del contexto de “empresa”, toman mucha importancia, ya que son recursos que se pueden utilizar de forma rápida e inminente. Lo adecuado sería tener una página de **Facebook**, una cuenta de **Twitter** e **Instagram**.
- Por medio del **marketing** realizado en **papel** contaremos con la ayuda de los **periódicos** (ABC, El Mundo, El País, entre otros)
- Otro recurso que utilizaremos sería la entrega de **tarjetas de visita**, ya bien ejerciendo ese puesto una persona de nuestra empresa o

echándoles en el buzón con su respectivo correo, de nuestra empresa con el fin de que los diferentes clientes conozcan más a fondo nuestra empresa y puedan acudir a ella en cualquier momento.

Hemos decidido escoger **ambas** opciones, porque todas las **redes sociales** se pueden utilizar a día de hoy, para cualquier finalidad, y la de **tarjeta de visita** se puede usar en cuanto a los socios en las distintas papelerías o tiendas de manualidades que nos proporcionen el material necesario. Por lo tanto, tiene mucha facilidad realizar cualquier pedido e informarse sobre el producto, realizándolo por cualquiera de las redes sociales, ya que cada una tiene una opción de enviar un mensaje directo a nuestra cuenta/página de empresa.