

5.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?

Para que nuestro producto llegue a los clientes emplearemos tres tipos de canales:

Canales de comunicación:

- Comenzaremos con el buzoneo y telemarketing.
- Para abaratar costes, realizaremos campaña publicitaria mediante anuncios en SMS, un canal que, aunque un tanto obsoleto, supone un coste mínimo.
- Posteriormente expandiremos los canales a anuncios en internet que redirijan a nuestra página web (banners).
- Tendremos un canal propio en Youtube en el que explicaremos mediante un tutorial el fácil funcionamiento de Raiden en cualquier vehículo a motor.
- Estrategias publicitarias: Anuncios en los distintos medios de comunicación y en las redes sociales de mayor actualidad como Facebook, Instagram, etc.
- Ferias y exposiciones donde demostraremos el funcionamiento de nuestro producto a clientes potenciales.
- Con el tiempo usaremos vallas publicitarias dado que vuelven a estar de moda.

Canales de distribución:

- Buscaremos industrias que puedan estar interesadas en nuestro producto y así formaremos una red de canales de distribución directos.
- El comercio electrónico supone también un canal muy efectivo. Nuestra página web ofrecerá el producto en venta directa al cliente y, para mayor expansión, se facilitará la venta online al por mayor para empresas e industrias.
- Se contactará con las grandes superficies tradicionales.
- Se tendrá en cuenta la posibilidad de crear una red de franquicias para la distribución de nuestro producto en tiendas físicas.
- Establecimientos autorizados de venta de accesorios para vehículos.
- Correo postal (contrarreembolso).
- Empresas de envío de paquetería, mensajería, etc. El coste de dicho servicio será abonado por el cliente.

Canales de venta:

- Nuestra página web (tienda on line). Este servicio estará disponible en varios idiomas.
- Correo electrónico.
- Establecimientos autorizados (talleres, tiendas de accesorios para vehículos a motor, etc.).
- Los socios visitarán a grupos de clientes potenciales, darán charlas a grandes grupos, etc.
- Socios, patrocinadores, inversores, colaboradores, etc. implicados en nuestro proyecto, también publicitarán nuestro producto, siempre que crean oportuno.

- Dispondremos de atención telefónica al cliente así como de un servicio postventa que ayuda a la fidelización de los clientes y cumple una labor importante de apoyo al departamento comercial aumentando la relación del consumidor con la empresa.



Canales