

KANALAK:

Kanala, oso faktore garrantzitsua da gure proiektua aurrera joateko. Honen bidez, merkatura iristea lortzen dugu, eta horregatik alor batzuk hartu behar dira kontuan. Mota desberdinetako kanalak dira garrantzitsuak: alde batetik, komunikazio kanalak. Hauen bidez, gure produktua errazago ezagutzea eta leku gehiagotara iristea lortuko genuke. Horretarako, telefono zenbaki bat izango genuke, edozeinek zalantzak izanez gero bertara deitu eta zalantza argitzen saiatuko ginateke. Email kontu baten bidez ere, zalantzak galdetzeko eta argitzeko ahalmena emango genuke. Azkenik, sare sozial desberdinetan kontuak izango genituzke, haien bidez errazago transmititzen delako informazioa eta leku gehiagotara iristen delako, hala nola, Instagram, Facebook, Twitter... Azken hauek nagusiki publizitatea egiteko erabiliko genituzke (naiz eta harremanetan jartzeko ere balio) , gure proiektua ezagutarazteko. Beste biak, (telefonoa eta Gmail kontua) informazioa zehazteko eta gurekin kontaktuan jartzeko erabiliko genituzke.

Banaketa kanalei dagokionez, enpresa batekin kontaktuan jarri eta haiekin lan egingo genuke. Enpresa hori, Seur izango litzateke, gure produktua behar den tokitara eta eskatutako orduan iritsi dezan.

Salmenta kanalen inguruan, hasieran, ez genuke denda fisikorik izango, dena interneten bidez egingo litzateke. Aurrera joan ahala, denda fisiko bat izatea edo ez izatea erabakiko genuke, bideragarria den edo ez aztertuz gero. Egia da, denda bat izateak onurak ekartzen dituela, kaletik jende ugari denda ikusiko zuelako, baina gaur egun interneten bidez edozer gauza lortu daiteke, horregatik denda bat izateak, gure ustez, ez du hainbesteko garrantzia. Gainera, denda zein herritan edo hiritan jartzen duzun araberak, eragin handiagoa edo txikiagoa izango du, eta ez litzateke oso bideragarria izango eragin handia ez duen leku batean jartzea. Izan ere, erraztasunak ekarriko lituzke denda fisiko bat edukitzeak, informazioa galdetzerako garaian eta kezka argitzeko. Beraz alor hori, aztergai utziko genuke.

Kanalak harreman guneak dira, gure produktua ezagutarazteko, eta lehenago esandako guztia batuz, bost fase beteko genituzke: pertzepzioa (gure produktuari buruz jendeak izango zuen lehen ikus puntua), ebaluazioa (proiektua aurrera doan eñean, produktuak izango duen balorazioa), erosketa (izango duen eskaera), entrega (produktua bezeroraino iristea) eta salmenta ondorengoa (saldu ondoren egingo den ebaluazioa).