

CANALES DE COMUNICACIÓN

Desde nuestra empresa hemos considerado importante usar canales diferentes, por un lado, están los canales de distribución con lo que conseguimos enviar el producto para que llegue a nuestros clientes y, por otro lado, los canales de comunicación, para relacionarnos con nuestro cliente principal y consumidor, dando a conocer nuestro producto y la idea de negocio que tenemos.

Queremos captar la atención de los clientes y tenemos en cuenta las tecnologías y el contacto directo con los clientes. Por ello hemos creado una plataforma digital para concienciar y explicar nuestra visión, misión y valores de una manera rápida, económica y eficaz.

- **Diferenciación de canales.**
- **Web.**
- **Redes sociales.**
- **Video y código QR.**
- **Comerciales.**
- **Correo electrónico y servicio telefónico.**
- **Charla de concienciación y presentación.**
- **Reuniones.**
- **Descuentos.**

DIFERENCIACIÓN DE CANALES

En primer lugar, tenemos que diferenciar entre los canales utilizados para nuestros clientes principales (que son las empresas a las que vendemos el producto) y los clientes consumidores. Para nosotros, ambos son importantes, captar la atención de ambos segmentos, de esa forma podemos vender nuestro producto a las empresas y crear una necesidad y **concienciación medioambiental** sobre el cliente que lo consume.

WEB

Debido a la importancia que tiene en la actualidad las páginas web, hemos decidido crear una para tener un lugar donde podemos explicar la **misión, visión y valores** de la empresa y el producto, de forma visual y de **fácil acceso** para que todo el mundo que quiera información pueda obtenerla a través de nosotros.



REDES SOCIALES

Actualmente, las redes sociales son la forma más eficaz de llegar al **público joven** y captar su atención de manera económica y atractiva. Por lo tanto, nuestra primera forma de llegar a los clientes será a través de las redes sociales más utilizadas por los usuarios, como son **Twitter, Instagram y Facebook**, vinculadas directamente con nuestra página web. Con ellas queremos interactuar con nuestros clientes, manteniendo una relación constante y a largo plazo, porque a través de ellas publicaremos charlas que haremos en diferentes centros educativos, actualizaciones de la página web, videos y noticias de concienciación ambiental y trabajos publicitarios que llevaremos a cabo sobre OPet y VEDELLÄ.





VIDEO Y CÓDIGO QR

Para concienciar a los clientes de una forma efectiva, hemos creado un video informativo sobre los problemas medioambientales creados por residuos plásticos y cómo se combatirán con la puesta en el mercado de nuestro producto. Para hacer llegar este vídeo en nuestra publicidad habrá un código QR que enlace con el vídeo publicitario, de esta forma es más fácil y dinámico llegar a los clientes.



COMERCIALES

Desde nuestra empresa disponemos de comerciales de ventas que se dirigirán a las empresas y comercios para captar clientes, explicar el producto y establecer relaciones comerciales, de esta forma podemos tener un trato personal, cercano y específico con los clientes.

CORREO ELECTRÓNICO Y SERVICIO TELEFÓNICO



Poseemos servicio de correo electrónico con novedades, promociones e información para mantener a nuestro cliente al corriente de todos los cambios de la empresa, al igual que contestar dudas y dar soluciones. Además, servicio telefónico activo en horario de 9:00 a 22:00 ininterrumpidamente.

CHARLA DE CONCIENCIACIÓN Y PRESENTACIÓN

Para llegar a pequeños comercios, como cafeterías y tiendas de barrio, tenemos pensado realizar charlas de concienciación donde se realice una presentación del producto y muestras del modelo, de esta forma pueden comprobar de primera mano la calidad del producto.

REUNIONES

Concertamos reuniones periódicamente con empresarios y pequeños comerciantes para que posean una formación continua para la utilización del producto y su correcta gestión con el fin de una buena conservación y relleno.



DESCUENTOS

Ofreceremos un descuento en la primera compra del producto para atraer a nuestros clientes, de esta forma se les incita a probar nuestro producto a un bajo coste, quedando satisfechos y probando la calidad de este.

CONCLUSIÓN

Los canales de comunicación van tomando cada día mayor importancia y su papel es determinante en el ámbito comercial pues podrá haber un excelente producto, pero sin una adecuada distribución nunca alcanzará la penetración necesaria en el mercado y sobre todo en la mente de los consumidores. Dependiendo del tipo de producto, también será necesario determinar el tipo de canal necesario a utilizar para obtener el mejor resultado posible.