

# Canales

La empresa se relacionará con sus segmentos de mercado correspondientes a través de diferentes canales, que se dividirán en comunicación, distribución y venta.

El canal de comunicación con el cliente, mediante el cual se dará a conocer la empresa serán las redes sociales por un lado, para intentar elevar la percepción de lo que se ofrece y mostrar en qué consiste el proyecto; además, en las tiendas las botas estarán a disposición de todo el público y a través de la web también podrán conocer la propuesta de valor. En la plataforma web, estará disponible también un servicio de soporte en el que los clientes finales y comercializadores podrán contactar con el personal para cualquier tipo de consulta, evaluaciones, cambios o devoluciones.

Los canales de distribución dependerán de la cantidad de pedidos realizados. En un principio, se contratarán los servicios de una empresa de transporte como SEUR que se encargue de llevar los pedidos a las zapaterías que lo requieran. Por otro lado, los pedidos a través de internet serán enviados al domicilio de los clientes a través de Correos. Pero en un futuro, cuando el número de pedidos aumente se considerará la posibilidad de encargarse directamente del transporte sin depender de intermediarios mediante una flota propia de furgones.

Los canales de venta utilizados son las tiendas físicas y la página web. En un principio las tiendas físicas no serán de la propiedad de Kauboots pero a medida que aumente la demanda del producto se abrirán zapaterías propias especializadas únicamente en el calzado de Kauboots, convirtiéndose estas en un canal clave. Por otro lado, la página web será otro de los canales de venta a través del cual los clientes realizarán el pedido.

Al tener dos opciones de compra del producto, tanto la compra online como en las tiendas físicas, los canales de distribución del producto se dividen en: el transporte del calzado a las tiendas y la distribución de los pedidos online. Que se llevará a cabo mediante empresas externas.

