



CANALES

Uno de los grandes desafíos de empresas y emprendedores es encontrar el canal de venta ideal para sus productos o servicios. La elección de un canal eficiente tiene una influencia total en el éxito de la venta, ya que es el medio por el cual el cliente se relacionará con tu negocio.

Para mejor identificar y enfrentar este desafío, es necesario tener una estrategia de marketing bien definida y entender el público objetivo del negocio.

Nuestra empresa, quiere hacer llegar sus elaboraciones, a los clientes, para concienciarles de la necesidad de pasar de la economía actual a una economía circular.

Primero, nuestros **canales de comunicación** son:

- Principalmente, a través de la tienda física, que es un punto clave de contacto directo con los clientes, posibilitándonos de esta forma, una información más precisa y personalizada, en función de sus necesidades.
- Mediante la página web de nuestra empresa, a modo de consulta e información. Es decir, donde podrán conocer nuestras ideas, artículos y, en caso de necesidad, contactar con nosotros para resolver sus dudas o atender sus sugerencias.
- Incluso, para hacernos conocer y poder aumentar el ámbito de concienciación y, en un futuro, crecer en el mercado, nos publicitaremos por nuestra ciudad, a través de folletos informativos, tarjetas de contacto, catálogos, pegatinas, muestras...



- Finalmente, recurriremos a las redes sociales por su gran aceptación en la sociedad actual, por ser una forma rápida, fiable y que llega a muchos lugares.
- Merchandising, es decir, técnicas que se ponen en marcha en el punto de venta, para motivar al cliente a comprar, como su colocación en puntos estratégicos de la tienda.

A su vez, los **canales de distribución** serán los siguientes:

- El principal punto de distribución, será la tienda física.
- A domicilio, ya que nos encargaremos, si así se solicita, de llevar los productos a una dirección, siempre y cuando se encuentre en un área reducida, cercana a nuestro punto de venta, es decir, la tienda física.
- Por encargo, es decir, que el cliente pueda decidir (haciéndose cargo de los gastos de transporte y envío), si quiere recoger el pedido en tienda o a domicilio.
- En un futuro, nuestra página online, ya que pasará de ser un catálogo, un punto de consulta, a ser una forma de hacer pedidos online, rápida y efectiva.

Los **canales de venta** son los medios por los cuales productos y servicios son presentados a los consumidores, es decir, el sitio, los medios o la plataforma que permite que el cliente tenga contacto con el negocio que ofreces. Nuestros canales de venta, son:

- La tienda física, en la que aconsejaremos de manera cercana y personalizada a los clientes, a la hora de adquirir sus productos.
- En tiendas asociadas, en las que tendremos una sección propia, diferenciada en el resto de la tienda, aunque en relación con los valores que tenga dicha tienda asociada.
- Mediante telemarketing, que está basado en llamadas telefónicas y, que utilizaremos para contactar con posibles clientes potenciales (estableciendo y fidelizando la relación vendedor-consumidor) y, comercializar productos y servicios. La ventaja, es que es una manera de contacto directo y personalizado.
- También, por medio de Ecommerce o, comercio electrónico, es una tienda online que vende productos de una sola empresa, con un gran potencial de crecimiento y, que nos permitirá, personalizar el sitio web, la forma de pago, la exhibición de productos y las promociones.