

## CANALES

En esta 5ª parte veremos los canales que utiliza la empresa además de ver los intermediarios que tenemos para llegar nuestras campañas al cliente que la adquirido. También veremos todo la distribución de la venta desde el momento de la percepción hasta la postventa.

- **¿CÓMO HACEMOS LLEGAR NUESTRA PROPUESTA DE VALOR A LOS CLIENTES?**

Haremos llegar nuestra propuesta de valor a través de los dos medios:

**Lugar físico:** Dispondremos de una tienda física donde el cliente pueda recibir información por parte de un experto de nuestro producto sobre las ventajas de este.

**Internet:** Además, el cliente podrá informarse también desde la comodidad de su casa, sin la necesidad de dirigirse a la tienda física, mediante una página web en la que aparecerán las características de nuestro producto.

- **TIPOS DE CANALES: PUNTOS DE CONTACTO**

La empresa dispondrá de tres claros apartados donde intervenir:

**De comunicación:** En la tienda física o mediante la página web, donde podrá adquirir información sobre el producto antes de adquirirlo.

**De distribución:** Mediante una fábrica donde crearemos las campañas y las distribuiremos a las diferentes tiendas físicas para que estas a su vez distribuyan el producto al cliente. Sin embargo, si la compra se realiza mediante internet, el producto llegará a la vivienda del cliente directamente desde la fábrica.

**De venta:** La compra se podrá realizar en la misma tienda física o mediante nuestra página web.

- **¿QUE INTERMEDIARIOS TENEMOS?**

Dependiendo del medio por el que se realice la compra, el canal será directo o indirecto.

**Canales directos o sin intermediarios:** Si la compra se realiza a través de internet, el producto llegará al cliente directamente desde la fábrica, sin necesidad de que el producto pase por la tienda física.

**Canales indirectos:** Si la compra se realiza en la tienda física, el producto se enviará desde la misma a la vivienda del cliente o al restaurante. Aunque como propuesta de futuro, valoraremos vender nuestros productos a través de grandes intermediarios como pueden ser El Corte Inglés, Carrefour, etc...

- **LA DISTRIBUCIÓN EN SENTIDO AMPLIO: FASES**



**Percepción:** A través de nuestra página web o en la tienda física, que cuenta con la ventaja de que el cliente será informado a manos de un experto en el producto.

**Evaluación:** Les ofreceremos comparaciones con datos reales sobre el resto de productos de la competencia, demostrando las grandes ventajas e innovaciones que tiene nuestro producto. Además, el cliente podrá observar del funcionamiento de nuestra campana desde la tienda física si así lo desea.

**Compra:** A través de nuestra tienda física o mediante nuestra página web, como hemos mencionado anteriormente.

**Entrega:** El producto se enviará al lugar donde desee el cliente con un grupo de instaladores que la pondrán en marcha en el momento del envío, si el cliente así lo desea. Si el cliente lo prefiere, podrá llevarse el producto directamente desde la tienda en el momento de la compra.

**Postventa:** Nuestros clientes son importantes para nosotros, por ello, durante un año, realizaremos una llamada cada tres meses interesándonos sobre el buen funcionamiento del producto. Así mismo, añadimos una garantía de dos años con un servicio de mantenimiento por si el producto no funciona como se deseaba.