

1.5. Canales

Nosotros hemos elegido un canal directo en el cual evitamos intermediarios, como por ejemplo una fuerza de ventas formada por un equipo de comerciales o una tienda online para ventas por Internet. Concretamente estos, tienen un margen de beneficios mayor, pero resulta más costoso implementarlos y gestionarlos.

Las ventajas de este canal son:

- Que tenemos una relación directa con el cliente, esto nos ayuda a proporcionar una mejor atención al cliente.
- Respuesta inmediata, debido a las ventas realizadas por internet, esto nos hace estar conectados continuamente para resolver todas las preguntas, dudas y ventas sobre nuestro producto, así aumentamos el número de ventas. Por lo cual la empresa debe estar conectada a internet las 24 horas.
- Control, ya que nuestra empresa vigila todos los procesos para ofrecer el mejor servicio a sus clientes

Las desventajas de este canal son:

- Costes fijos, ya que los costes de transporte y del personal encargado se convierte en un coste fijo y esto hace aumentar nuestros gastos
- El tiempo invertido es mayor, ya que se necesita más tiempo para llevar a cabo una planificación, esto podría dar lugar a que la empresa pierda su enfoque principal en las actividades de marketing o en el proceso de producción.