

## CANALES

- **Los canales de distribución:**

Debemos analizar las distintas posibilidades que existen en la distribución, en función de los distintos nichos que tenemos. Las posibilidades serían:

1. Canales de distribución directos: No hay intermediarios. Puede ser una tienda online para ventas por internet a través de nuestra página web e intentando que nuestra web salga la primera mediante posicionamiento SEO.
2. Canal de distribución indirecto: representante comercial y mayoristas. Como hemos dicho en el apartado de sociedades clave, la función de los agentes es conectar nuestra empresa con otras que quieren comercializar o distribuir nuestro producto.

- **Los canales de comunicación:**

1. Debemos elegir el canal más conveniente, pero esta labor nos parece complicada. Aunque creemos que el Smartphone ha de ser uno de los elegidos, a este canal debemos añadirle canales más tradicionales como el periódico o la radio y posteriormente analizar el coste que todo ello nos supondría.
2. También es conocida la importancia de las redes sociales, pero no necesitamos estar en todas las redes sociales, más bien deberíamos conocer mejor a nuestro público objetivo y ver donde son más activos.



3. Vídeos, con fines divulgativos. De esta forma, facilitaremos la comprensión del mensaje que queremos transmitir, limpieza rápida y sencilla.



4. Chat online. En la página de venta online podríamos ver de esta forma si un usuario está viendo nuestra página y cuánto tiempo permanece en ella. Así podríamos mostrarle una ventana de chat y ofrecerle ayuda o alguna información al usuario. Escucharíamos sus dudas y le ayudaríamos directamente.

