

## CANALES DE COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIÓN

Para llegar a los diferentes segmentos de mercado y proporcionarles una propuesta de valor, necesitamos que ciertos departamentos, como el de Comunicación, se impliquen al máximo en dar a conocer nuestro producto a los futuros clientes. Para ello se requiere de una buena comunicación de empresa, analizar los diferentes segmentos de mercado y presentarles una propuesta de valor.

**Los canales tienen cinco fases distintas**, diferenciando los canales directos de los canales indirectos:

- **Información:** cómo dar a conocer el producto de nuestra empresa.
  - Tal y como comentábamos al principio, es fundamental que desde nuestro Dpto. de Comunicación se realice una buena presentación en las diferentes redes sociales, teniendo muy claro los segmentos de personas a la que nos dirigimos y ofreciéndoles de manera muy dinámica y visual Cook It.
- **Evaluación:** cómo ayudar a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor.
  - Nunca debemos preguntar si nuestra idea de negocio es una buena idea, de hecho, si queremos saber cuáles son los problemas de nuestros clientes, nunca debemos contar nuestra idea. Cuanto más hablemos, menos tiempo dedicaremos a escuchar. El objetivo es aprender de lo que realmente necesitan nuestros clientes. No se trata de contar lo buenos que somos, sino de conocer si lo que queremos vender tiene sentido para el cliente potencial.
- **Compra:** cómo pueden los clientes adquirir nuestro producto.
  - Los estudios dicen que la venta de productos como Cook It se producen en Internet en un 85% de los casos y cuatro de cada diez personas reconocen que cada día compran más por Internet. Pero, sin duda, el dato más llamativo es el hecho de que el 29% de los compradores por Internet (uno de cada tres) realiza la compra por impulso (el cliente compra y luego busca razones para justificar ese gasto). Nuestro producto encaja perfectamente en la tendencia combinada: INTERNET + SALUD
- **Entrega:** analizar la presentación y entrega de nuestra propuesta en valor.

- Esta fase de la comercialización es fundamental para conseguir el éxito esperado. Es por ello que debemos tener muy claro los siguientes puntos:
  - **Diferenciarse** del resto de productos similares
  - Dar confianza
  - **Demostrar** lo que vendes
  - **Simplificar** la oferta
  - Ser **transparente y seguro** en lo que ofreces
- **Postventa:** el servicio post venta de tu aplicación debe enamorar.
  - En el comercio electrónico, más allá de ofrecer un servicio de calidad y velar por una experiencia de compra agradable, las tiendas online deben preocuparse también por garantizar un compromiso post venta con el cliente online. Así, una vez realizada la venta de la APP, las aplicaciones virtuales tienen la obligación de mantener un contacto con sus clientes, respondiendo de forma rápida y eficaz a cualquier imprevisto o incidencia que pueda producirse a posteriori.