

CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Canales de comunicación

1. Canales de comunicación on-line:

-Página web

La página se realizará en Wordpress y no tendrá ningún tipo de coste ya que la aplicación es gratuita. Además, al tener conocimientos sobre el programa la creación de nuestra página web no dependerá de terceros y nos podremos ahorrar esos costes y utilizarlos para otras necesidades. Nuestra página web permitirá conocer a los futuros clientes el funcionamiento de nuestro establecimiento (rotaciones, filosofía, contratación de personas en riesgo de exclusión social...) así como todos los productos (comidas y bebidas) que ofrecemos. El propio sitio web contendrá nuestro teléfono de contacto y redes sociales por si se da el caso de que alguien quiera solicitar más información. También se tendrá acceso a reservas, cultura evocada por día y la valoración por clientes.

-Redes Sociales:

Dispondremos de cuentas en diversas redes sociales para poder tener un trato más cercano con el cliente.

Twitter

Utilizaremos Twitter como red social principal, puesto que permite informar a nuestros clientes de manera sencilla y directa. En nuestra cuenta informaremos de las últimas novedades de nuestro establecimiento ya sean cambios en la rotación de culturas, la incorporación de nuevos elementos gastronómicos o cualquier hecho que nos parezca que nuestros comensales tienen que tener en cuenta.

Instagram

Esta red social esta principalmente enfocada en compartir fotografías u otros medios audiovisuales y por ello se realizarán la publicación de cinco fotos a la semana de nuestros platos y productos. Además la utilizaremos para sortear una experiencia para dos personas una vez cada 3 meses para conseguir visibilidad y seguidores.

Facebook

A partir de esta red social utilizaremos Facebook ads para darnos a conocer entre todos los usuarios de esta plataforma

TripAdvisor / Oferplan

Con estas páginas nos anunciaremos dirigidos especialmente hacia los turistas.

2. Canales de comunicación off-line:

Para publicitar nuestro local publicaremos un anuncio en el periódico El Correo puesto que pensamos que es uno de los medios más importantes en el País Vasco.

<http://pdf.elcorreo.com/documentos/2020/tarifas-elcorreo.pdf>

<https://www.elcorreo.com/publicidad.html>

También utilizaremos la técnica conocida como buzoning, de esta manera depositaremos folletos y descuentos en los buzones de los edificios cercanos a nuestro local, lo que tendrá un coste de 50€ aproximadamente.

Canales de distribución:

Solo dispondremos de un canal de distribución en nuestro establecimiento, y en este caso será de manera presencial, lo cual significa que todos nuestros servicios serán ofrecidos en el local que disponemos para ello.

No haremos uso del servicio a domicilio pese a que sea un canal de distribución en auge ya que nuestro objetivo no solo es ofrecer unos alimentos a nuestros clientes sino que queremos que vivan una experiencia completamente nueva y para ello es necesario que acudan a nuestro establecimiento. Esto es indispensable puesto que una gran parte de la experiencia se basa en los medios audiovisuales instalados en el establecimiento y las experiencia sensorial que estos otorgan.