

# CANALES

Los canales de venta podemos clasificarlos de acuerdo con la función que cumplen en el modelo de negocio, la forma como se interactúa a través de ellos con el cliente y cuál es su relación de pertenencia con la empresa. Este es un ordenamiento útil para analizar y evaluar las características de los medios disponibles con el propósito de seleccionar los más convenientes.

Los Canales de distribución están definidos por las diferentes fases o etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va pasando de manos: desde el fabricante al consumidor o usuario final.

Este se distribuye en dos:

EcoBrand dispondrá de una **tienda física** para satisfacer las necesidades de los clientes. Al igual que nuestro asesoramiento personal sobre nuestras prendas. Porque para nosotros es importante que nuestros clientes salgan satisfechos con la compra de nuestros productos. En la tienda física no hará falta envío ya que se realizará el intercambio de forma directa. A través de cualquier tipo de transferencia o efectivo. Como más desee el cliente.

La tienda física se localizará en Valladolid en la **C/ María de Molina, 5, 47001, Valladolid**

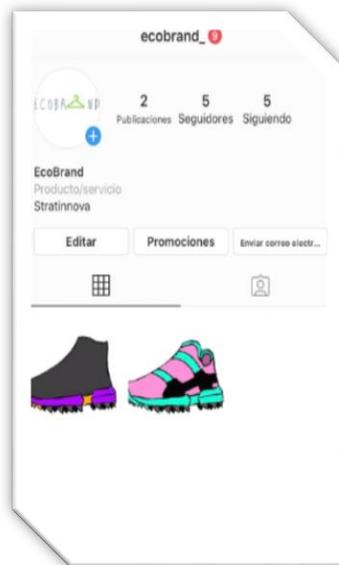


Hemos decidido establecer nuestra tienda física en Valladolid por

- ❖ Su buena *centralización geográfica*. Y tras un estudio de la población nos ha parecido el lugar más apto para establecernos.

- ❖ Es necesario tener tu empresa en un lugar donde puedas encontrar *trabajadores* que puedan desarrollar tu actividad. Por eso, hemos decidido contar con las personas cualificadas de Valladolid.
- ❖ También Valladolid cuenta con una *red de carreteras* en buenas condiciones y bien localizadas.
- ❖ Proximidad de la demanda. Se sitúa en el centro de la ciudad.
- ❖ La calle donde se localiza cuenta con varios locales cercanos

También dispondremos a su disposición por nuestro Instagram **ecobrand\_** todos nuestros nuevos productos. Los descuentos que ofreceremos, al igual que toda la información adicional que ellos necesiten. Esta red social es una forma de aproximarnos al cliente. La proximidad al cliente es fundamental en EcoBand. Es una de los puntos que más queremos destacar.



A parte de lo nombrado antes dispondremos de una **página web**, en la cual, facilitaremos fotos y precios. Los clientes podrán realizar pedidos de forma directa y efectiva. Los pedidos les llegaran de forma directa a la dirección que hayan adjuntado anteriormente.

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer.

**Técnicas de merchandising y escaparatismo.** El escaparate y la fachada exterior deben contener elementos que hagan referencia a la preocupación medioambiental que capten la atención de los viandantes. El local debe reflejar una imagen totalmente

identificada con los artículos que comercializa Por eso, todo nuestro escaparate va a estar con cero plásticos materiales ecológicos. Y vestido de las nuevas tendencias de cada temporada.

Por otra parte, haremos convenios con personajes públicos que patrocinaran nuestra marca a través de la red social de *Instagram*.



Regalaremos boli en forma de patrocinio. Totalmente económicos de forma de agradecer a nuestro cliente por contar con nosotros.



**El personal debe transmitir profesionalidad**, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle. Nuestros empleados pasaran una entrevista que determinaran si están suficientemente calificados para la buena atención a nuestros clientes.

**Publicidad:** a través de folletos en el local sobre ofertas y sobre nuevos productos en llegar, anuncios en Internet en páginas del sector, en revistas medioambientales, etc.

Nuestro lema en Ecobrand es ***“Para ser irremplazable, uno debe ser diferente.”*** de Coco Channel. Por la cual nuestros clientes que compren se sientan identificados con ella.