

PIEZA 5. CANALES

A la hora de determinar los canales de nuestra idea hemos optado por seguir una clasificación teniendo en cuenta, la **función que cumplen en el modelo de negocio** de nuestro dispositivo.

1. Según su función:

- **Comunicación:** el canal que utilizaremos para dar a conocer la propuesta de valor de nuestro producto. En nuestro caso, si optamos por la venta o cesión de nuestro dispositivo, la misma promoción la realizarán las propias marcas o fabricantes, al publicitar los nuevos modelos con dicho elemento adicional de seguridad. En este caso, tanto las ventas como la promoción la realizará la propia marca a través de concesionarios, anuncios publicitarios del nuevo vehículo, exposiciones en ferias o eventos, etc.
- **Distribución:** cómo haremos llegar **al mercado nuestros producto, bien a través de canales propios o externos, que explicamos a continuación.**
- **Ventas:** Son medios **para acercar nuestra propuesta de valor al cliente o destinatario** para promover las ventas, especialmente en el corto plazo. En este caso, al optar por la cesión directa de nuestro dispositivo a una marca o fabricante.

2. Según la interacción con el cliente:

- **Directos:** son los **propios** para la obtención de beneficios y la reducción de los costes. En nuestro caso concreto, nuestro canal prioritario de distribución será el directo, **mediante la venta o cesión de los derechos de nuestro dispositivo directamente a una marca o fabricante de vehículos** que ya lo incorporaría al coche en el proceso de fabricación o producción, esto es, la propia empresa fabricantes se encarga de incorporarlo al diseño y de que llegue al cliente final del vehículo sin intermediarios. Generalmente, la producción de coches es completamente realizada por la marca, desde el estudio de piezas hasta su completa producción, esto es, la marca produce los coches y los distribuye en sus puntos de ventas. **Son canales de distribución directos, donde la mayoría son productores y vendedores de coches.** De esta forma, el dispositivo ya va incorporado de forma directa en cada vehículo que la marca destine a la venta directa. También, nos gustaría destacar que como uno de los posibles segmentos de mercado que hemos apuntado es, quizás en un futuro, pensar en otra opción de vender nuestro propio **kit con**

marca **CNS**, un canal de **distribución directo** sería la venta en nuestra **página web sin intermediarios**.

- **Indirectos:** a través de **medios externos** que hagan llegar el producto al cliente, pero que suelen incrementar costes. En este caso, el **intermediario más claro en el canal de distribución son los concesionarios de coches**, ya que compran los automóviles con nuestro dispositivo incorporado a la fábrica y los **distribuye al consumidor final con la exclusividad de venta para una zona concreta**. En este caso, un posible canal sería, en caso de **optar por vender nosotros el kit con el nombre de CNS**, a los **talleres** para que éstos puedan instalarlo en vehículos más antiguos.
- **Nuevas formas de distribución y promoción en vehículos:** cada vez es más frecuente que ya el concesionario evolucione hacia nuevas formas de hacer llegar el coche al cliente final sin acudir de forma física. A continuación, citamos algunos ejemplos de nuevas formas de distribución y venta de estos vehículos con nuestro dispositivo incorporado por la marca:
 - **Tiendas en centros comerciales:** por ejemplo, la **marca Hyundai** cuenta con una **tienda comercial** en el Centro Comercial Gran Plaza 2 de Madrid (**showroom**); **zonas o espacios reservados en aeropuertos**, en el **aeropuerto de Barajas encontramos espacios para marcas como Lexus o Skoda**; **espacios especiales para showroom**, por ejemplo, desde hace varios años la marca de lujo Maserati cuenta con un espacio reservado en la estación de Baqueira Beret para su “Winter Tour”, un espacio pensando en los clientes o target del lugar y de este tipo de vehículos; **tiendas itinerantes como Tesla en Barcelona**, la llamada “Pop Up Store”, que estuvo durante tres meses en la entrada de un centro comercial en Madrid; **Marcas como Fiat y Opel han probado como canal de distribución a Amazon**.