

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

IDEAS PRINCIPALES:

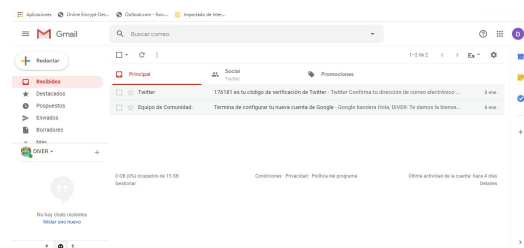
Los canales hacen referencia a cómo se comunica la empresa y alcanza a sus segmentos de mercado para hacerles llegar la propuesta de valor.

Es la manera en que la empresa se comunica y alcanza a sus segmentos de mercado para hacerlas llegar a nuestra propuesta de valor.

Canales directos:

Son los que evitan intermediarios, como por ejemplo una fuerza de ventas formada por un equipo de comerciales o una tienda online para ventas por Internet.

Utilizamos estos canales mediante unos monitores (personal que forma la empresa) que se encargaran de ayudar y dirigir las actividades. en el caso de otros servicios como la cafetería, serán los camareros los encargados de establecer una relación totalmente directa con el cliente.



Canales propios:

Son los canales que controlan la marca y sirven para construir relación a largo plazo con los consumidores activos. Suministran información, contenidos de valor y como medios de servicio al cliente. Aquí se pueden contar el sitio web, el blog, canal de YouTube, redes sociales.

La secretaria será la encargada de comunicarse con los clientes y de las redes sociales, página web...etc.

