

5. Canales



Los canales que utilizaremos para dar a conocer y poner en práctica lo expuesto en nuestra propuesta de valor serán los siguientes:

Canales de venta y distribución:

La venta de nuestras perlas de agua se dirigirán en una **primera fase** hacia:

- Los **acontecimientos deportivos** realizando en ellos ,el patrocinio de dichas actividades y una gran campaña de marketing con el objetivo de dar a conocer nuestra cómoda e innovadora forma de embotellado.
- Después de un estudio de mercado lo llevaremos también hacia **otros tipos de eventos multitudinarios y masivos**.
- **Venta en asociaciones y tiendas ecológicas** de nuestra comunidad autónoma.
- **Venta en supermercados y grandes centros comerciales** como Alimerka, Hiperacor, Carrefour, Familia...
- Implantarnos a través de las **grandes superficies** , dentro de las secciones que estas empresas tengan para el agua.
- **Venta ON-LINE a través de nuestra página web**, ofreciendo distintos formatos y capacidades de nuestras perlas de agua. La distribución se llevará a cabo a través de una subcontrata de transporte con la que firmaremos el correspondiente contrato de servicio.

En la segunda fase y siguiendo la misma estructura:

- Lanzar nuestro producto al **mercado nacional**, Según la evolución de la ventas de nuestro producto, se consideraría la posibilidad de introducirlo al mercado europeo.

En la tercera fase:

- Finalmente según la evolución de ventas, nos plantearíamos después de llevar a cabo un estudio de mercado, **ofrecer nuevos productos esferificados** con otros líquidos como zumos naturales, refrescos, salsas e incluso cosméticos.

Canales de comunicación:

- **Publicidad:**
 - A través de **redes sociales** (página web, twitter, facebook, instagram),
 - **Anuncios** en periódicos locales (el comercio, la nueva españa)
 - **Televisión** local (TPA),
 - Entrevistas en **radio** (RPA),
 - **Charlas** por colegios,
 - **Conferencias** en eventos de carácter ecológico o medioambiental por la región dando a conocer nuestro producto
 - **A través del patrocinio** en eventos deportivos o de cualquier otro tipo de carácter masivo, a nivel regional (Cross Trofeo Club Náutico. Atletismo en Carreño).
 - **Buzoneo:** Se ha demostrado que es de los medios más rápidos, económicos y efectivos de dar a conocer a los potenciales clientes nuestro producto.
 - Publicidad en **mupis** .

- **Atención al cliente a través de la página web de nuestra empresa**, para mejorar la relación con el cliente, nuestra calidad en la asistencia con los clientes y la calidad del producto.

- **Servicio post-venta** que nos permita fidelizar a nuestros clientes, a través de bonos, tarjetas de fidelidad o correos electrónicos.