

5. CANALES

Canales de distribución

Los servicios prestados por este negocio se van a poner a disposición de la clientela exclusivamente como venta directa al cliente.

Las personas deberán desplazarse al local para recibir la prestación, los servicios ofertados por el negocio.

Ya que la empresa es nueva y necesita captar clientela, los precios serán ligeramente inferiores a los de la competencia manteniendo siempre unos estándares de calidad.

Canales de comunicación

Van a ser las siguientes:

1. Comunicación corporativa.

La filosofía de la empresa se basa en ofrecer diversos servicios que permitan cubrir las necesidades de peluquería y estética de los usuarios.

El objetivo es ofrecer una imagen de total confianza y seguridad en los servicios ofrecidos.

2. Comunicación externa.

Se abordará mediante las siguientes acciones:

- La personalización de la oferta en función de las necesidades de los clientes.
- Acciones publicitarias directas que la empresa tiene pensado llevar a cabo mediante:
 - El Mailing. Es un tipo de marketing directo mediante el cual se envía información publicitaria a través del correo electrónico.
 - El registro en los principales directorios del sector y en guías de anunciantes.
 - El WhatsApp de los socios y clientes que están en nuestra base de datos.

- Página web del centro de belleza, con la que la empresa se pueda publicidad, dar a conocer todos los servicios que oferta y los eventos especiales, así como la posibilidad de que el cliente contrate estos servicios.
- Aprovecharemos todas las oportunidades que brindan las redes sociales de Facebook e Instagram.
- “El boca a boca”. Será muy importante en este negocio la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas, ya que el éxito de la empresa dependerá de la calidad de los servicios prestados.