



3. Canales.

A través de los canales vamos a intentar alcanzar todos los segmentos del mercado posibles con el fin de hacer llegar nuestro producto al mayor número de personas posibles.

Canales de comunicación: Los diferentes medios que vamos a utilizar para dar a conocer el producto de manera externa, van a ser la publicidad de anuncios en la televisión y a través de Internet, más en concreto en las redes sociales para así de esta manera llegar a un público amplio y de todas las edades.

Canales de distribución: Nuestros productos se van a distribuir de diferentes modos, según por donde se adquiera el producto; en el caso de adquirirlo por Internet, en nuestra página web, se distribuirán por una empresa de transporte y en el caso de ser comprado en las tiendas físicas, el cliente se lleva el producto inmediatamente por lo tanto no es necesario un intermediario.

Canales de venta: Nuestro producto se va a vender de dos diferentes maneras: En primer lugar por Internet, más concretamente por nuestra propia página web o en puestos físicos en tiendas como El Corte Inglés o Mediamarkt.

Para la post-venta: Tras la adquisición del producto y una vez entregado al cliente, este va tener un plazo de 6 meses de garantía y en el caso de su compra y el producto tenga un fallo de producción, el cliente lo debe entregar en las tiendas físicas y se le cambiará por un producto nuevo.

