

Canales:

Nuestra empresa pretende llegar al público inicialmente, a través del escaparate del local y la publicidad asociada a los proveedores y/o distribuidores mediante nuestra web y las suyas. Para ser más concretos, indicaremos las ideas conforme a los 3 tipos de canales existentes, teniendo en cuenta sus correspondientes fases distintivas (percepción, evaluación, compra, entrega y postventa):

- Canales de comunicación: presencial en el herbolario, telefónico, redes sociales y correo electrónico.
- Canales de distribución: presencial, acudiendo de forma personal al herbolario; y a distancia, mediante una página web que crearemos con nuestros productos y servicios, telefónico y/o a través del correo electrónico.
- Canales de venta: directa, web online y redes sociales.

Por otra parte, clasificando los canales según sean directos o indirectos, podemos identificar los siguientes:

- Canales directos: no implican intermediarios sino que consiste en la venta propia presencial, a través de nuestros promotores o vía internet con posibilidad de entrega a domicilio o recogida en tienda.
- Canales indirectos: publicidad en las páginas web de los proveedores asociados o redes sociales. Y los mayoristas que nos distribuyen los productos.