

CANALES

En este apartado vamos a describir los canales de nuestra empresa. Los canales establecen una relación entre la empresa y los clientes, es decir, cómo se comunica nuestra empresa y alcanza a los clientes potenciales para así hacerles llegar nuestra proposición de valor. Los canales tienen distintas funciones:

- Hacer que los clientes conozcan el producto o servicio que la empresa ofrece.
- Darles a los clientes ayuda sobre lo que se les está ofreciendo.
- Ofrecer a los clientes un servicio de postventa.

Canales de comunicación: por donde se transmite la información del emisor al receptor.

Canales de distribución: vías que recorre el producto desde el emisor hasta el receptor.

Canales de venta: medios por los que el producto es presentado al cliente.

Fases de los canales

- **Fase 1: Reconocimiento**

Fase en la que la empresa tiene que darse a conocer, para que los consumidores sepan de la existencia del producto o servicio que se les está ofreciendo. En el caso de nuestra empresa, nos haríamos conocer mediante diferentes redes sociales informándoles acerca de nuestra aplicación. Además, haríamos uso de la publicidad en vía pública poniendo carteles por diferentes zonas dando información sobre quiénes somos y qué hacemos.

- **Fase 2: Evaluación**

Fase en la que el consumidor evalúa el producto o servicio. La importancia de esta fase es que el cliente tendrá una opinión después de haber analizado y probado el producto o servicio en cuestión. Por ello, es muy importante que esta opinión sea positiva. Nosotros, como empresa, debemos facilitarles el hecho de encontrar las ventajas de nuestro producto para que tengan una opinión más positiva.

- **Fase 3: Compra**

En esta fase la empresa tiene que ayudar al cliente a comprar dicho producto o servicio, cuanto más fácil sea hacerse con ello, más contentos estarán los consumidores. En el caso de nuestra aplicación solo habría que descargarla a través de la plataforma de descarga de aplicaciones pertinente (Play store, App store y su versión web)

- **Fase 4: Entrega**

Fase en la que el producto es entregado al consumidor. Es importante definirla bien, ya que se le detallará una fecha y una manera de envío que habrá que cumplir. En nuestro caso, al tratarse de una aplicación, solo habría que esperar unos segundos para que la plataforma de descarga de aplicaciones la descargue.

- **Fase 5: Post-venta**

Fase en la que, una vez el cliente haya comprado nuestro producto o servicio, para ayudar al cliente la empresa le proporcionará un servicio de post-venta, que será darle al consumidor un contacto para que pueda hacer preguntas directamente y tenga ese soporte. Nuestra empresa tiene una página web en desarrollo, teléfono móvil y correo electrónico en caso de que hubiese alguna duda o queja después de hacerse con la aplicación.

Clasificación de los canales

Los canales se pueden clasificar de distintas formas dependiendo en función de que se quiera clasificar.

Según quien posea esos canales::

- **Propios:** en el caso de los **canales propios**, la empresa posee total o parcialmente esos canales para establecer contacto con los clientes, pero no hace uso de tiendas físicas, sino vender mediante internet o llamadas telefónicas, por ejemplo.
- **Sistemas de distribución integrados:** en este caso, si se hace uso de tiendas físicas, y es la empresa productora la que las posee.
- **Ajenos:** en el caso de los **canales ajenos**, a diferencia del primer caso, la empresa no posee esos canales, sino que envían los productos a través de mayoristas y tiendas que no son de su propiedad.

Según quien se encargue de hacer llegar el producto a los consumidores:

- **Directos:** en este caso, la misma empresa que produce el producto es la que se encarga de hacer que llegue a los clientes, sin ningún tipo de intermediario.
- **Indirectos:** en este caso, a diferencia del anterior, la empresa hace uso de un intermediario.
 - 1) **canales largos:** formados por muchos intermediarios.
 - 2) **canales cortos:** formados por pocos intermediarios.

Niveles de los canales de distribución

- **Nivel 0:** en este nivel el fabricante vende de manera directa a los consumidores, por ese motivo, este nivel también se llama canal de mercadeo directo.
- **Nivel 1:** en este nivel se añade un intermediario entre el fabricante y el consumidor.
- **Nivel 2:** en este nivel se añade otro intermediario, por lo que ya suman dos intermediarios entre el fabricante y el consumidor.

El nivel es directamente proporcional a el número de intermediarios, es decir, el nivel de los canales incrementa a medida que lo hace el número de intermediarios. Hay 6 niveles en total.

Canales en nuestro caso (LINA Innovaciones S.L)

En nuestro caso, los canales son los siguientes:

Para comunicarnos con los consumidores nuestra empresa cuenta con un correo electrónico, número de teléfono y una página web en desarrollo para que los clientes puedan contactar con nosotros.

Correo electrónico → lina.innovaciones@gmail.com

Número de teléfono → 653 326 829

Página web → <https://lina-app.jimdosite.com>

En cuanto a los canales de distribución y venta, al tratarse de una aplicación la empresa hará uso de una plataforma de venta de aplicaciones como es el caso de app store, play store o su versión en web accesible desde cualquier dispositivo con conectividad wifi, por lo que según las clasificaciones y explicaciones dadas anteriormente los canales serán **indirectos y ajenos**, ya que no vendemos directamente al consumidor y la plataforma de venta de aplicaciones no nos pertenece. Dentro de los indirectos cabe destacar que es un **canal corto**, ya que se trata de pocos intermediarios.

El nivel del canal de distribución de nuestra empresa sería el nivel 1, ya que, como hemos explicado anteriormente, en este nivel hay un intermediario entre el fabricante (nosotros) y los consumidores finales, y ese intermediario sería la plataforma por la que el consumidor se descarga la aplicación (Play store, App store y su versión web).