

Watercycle



1. Canales de distribución y comunicaciones



Hemos decidido que el canal de comunicación más adecuado para ponerse en contacto con nuestros clientes es a través de Internet, mediante una página web. En ella describiremos detalladamente los beneficios de nuestro servicio, y ofreceremos un espacio en la web para que nuestros clientes puedan dar sus opiniones una vez haber probado el sistema. Además, aparecerá un número de teléfono al que los posibles interesados podrán llamar directamente a la empresa para atender sus dudas. Si una vez instalado nuestro servicio surge algún imprevisto atenderemos sus llamadas de inmediato. Para ello contaremos con personas preparadas que atiendan estas cuestiones y que estén muy bien formadas para lidiar con las

diferentes situaciones que puedan surgir, ya sean problemas en el funcionamiento del sistema, dudas acerca de las revisiones, toda duda será aclarada lo antes posible por nuestros expertos.

Contaremos con un sistema de distribución directo. El fabricante (en este caso nosotros) vendemos directamente el producto al consumidor final, no existen intermediarios, por lo tanto, el productor o fabricante desempeña la mayor parte de las funciones de mercadotecnia: comercialización, transporte y almacenaje, entre otros. Así, una cadena de distribución directa puede implicar venta online, pero no implica a ningún otro distribuidor además del productor original. Este es el canal de distribución más habitual de la mayor parte de los servicios. La mayor parte de las empresas comienzan con esta modalidad de canales de comercialización, si bien, a medida que la compañía empieza a crecer, la cuota de mercado puede disminuir, razón por la cual, la mayor parte de las empresas optan por canales con intermediarios.



a medida que la compañía empieza a crecer, la cuota de mercado puede disminuir, razón por la cual, la mayor parte de las empresas optan por canales con intermediarios.