

## Canales de comunicación on-line

### • Página web

La página web se realizará con Wordpress. Esta web estará optimizada para móviles, ordenadores y tablets. Esta web incluirá, el servicio a domicilio, reservas en caso de que el producto esté agotado, comunicación directa con la tienda más cercana, información sobre nuestros productos y comunicación con los creadores y expertos para las dudas del comprador.



### • Instagram

Esta no tendrá ningún tipo de coste. En esta se realizarán varias publicaciones a lo largo de la semana informando y enseñando nuestro producto. Igualmente realizaremos varios sorteos, informaremos sobre las nuevas ofertas y trataremos con influencers para poder llegar a más gente nuestro producto.



### • Página de Facebook

Hacer un perfil no tendrá ningún coste, en él, al igual que en Instagram, publicaremos varios posts a lo largo de la semana, sobre nuestro producto y demás.



### • Pinterest



Lo utilizaremos para crear tableros acerca de nuestro artículo. También lo utilizaremos para nuestro propio beneficio, esto es, de ahí sacaremos ideas para la publicidad.

### • Twitter



Este sitio web cuenta con una actividad diaria muy frecuente, por lo que nos ayudará a mantenernos al día sobre los gustos, necesidades,... sobre nuestros compradores.

## Comunicación off-line

Nuestra elaboración aparecerá en las revistas de las tiendas en las que se venderá, como por ejemplo, MediaMarkt, El Corte Inglés,... A nuestros mayores vendedores destinaremos el 70% y en un futuro un 30% a nuestra tienda. También nos daremos a conocer mediante los carteles de publicidad que aparecen en las paradas de buses, tiendas,... Esta es otra manera de difundir nuestro producto sin necesidad de utilizar la tecnología, off-line.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA

Los canales de distribución de los que dispondrá nuestra empresa serán dos; de manera presencial, se atenderá al cliente en las tiendas y a domicilio, llevaremos y entregaremos el pedido a la casa del cliente. El pedido a domicilio se realizará mediante nuestra propia página web y mediante las páginas webs oficiales de las tiendas en las que se venderá el producto. El tiempo estimado de entrega variará dependiendo de varios factores; la localización del domicilio, los productos en stock, los días festivos, los repartidores,... Los gastos de envío variarán de la localización, sin embargo, por la compra superior de ..... los gastos de envío serán gratis.

Si el consumidor comprara el reloj en tienda física no tendría tiempo de espera, a no ser que el producto esté agotado. En la tienda tendrá contacto directo con profesionales, los cuales le ayudarán en su compra, le proporcionarán consejos y recomendaciones y les responderán a dudas y preguntas que tengan a cerca del reloj y su uso. En la tienda oficial podrán encargarse el producto, una vez encargado tendrán que ir a recogerlo a la tienda o pedir para que les lleven a sus casas. En este caso sí que tendrán que pagar 5€ para que le lleguen a domicilio.

Como he dado a entender, nuestra empresa utilizará una mezcla de los canales propios y asociados, para poder llegar a los clientes. Esto es, utilizaremos nuestras propias tiendas, tanto físicas como online, y nuestra propia red de comercios, sin embargo, los establecimientos asociados venderán nuestros productos.

