



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES



Los canales de distribución y comunicación son una parte fundamental de nuestra empresa, ya que, son la forma de hacer llegar tanto los productos como la información sobre ellos a todos nuestros clientes.

Creemos que, en nuestra situación, el **canal de venta** más conveniente es el online, puesto que es un canal fiable, rápido y hoy en día enormemente utilizado. Además, nuestra tienda online está disponible en todo Europa, consiguiendo así, más ayuda y siendo capaces de transmitir nuestro mensaje a más personas. Los clientes podrán acceder a nuestra página web segura cuando lo deseen, en la que encontrarán toda la información necesaria sobre Ecowater, no solo sobre el producto, sino que, también sobre nuestra empresa. También utilizaremos otros canales secundarios de comunicación como: eventos, redes sociales, emails, etc. Todo esto lo conseguiremos con ayuda de la agencia publicitaria Thankium y de la ONG “Acción contra el hambre” con las que colaboramos.

En Ecowater creemos que todas las actividades que realicemos deben estar totalmente ligadas con la propuesta de valor que hemos creado. Esto supone que nuestros **canales de distribución** también deberán seguir los principios que han sido propuestos anteriormente. Por ello, hemos creído conveniente contratar solamente transportes ecológicos concienciados tanto como nosotros sobre el claro problema de la contaminación. Es evidente que los medios de transporte son cada vez más perjudiciales para el medio ambiente, y por ello queremos contribuir a mejorarlos.

Desde Ecowater hemos decidido contratar a la empresa **Tanden**, una transportista de mercancías por carretera. A diferencia de otras, esta empresa utiliza la logística verde, que consiste en la transformación integral de la logística, estructuras, procesos y sistemas de empresas para medir y minimizar el impacto ambiental de su actividad. Así, conseguimos distribuir nuestro producto por toda Europa siendo lo más responsables con el medio ambiente posible. Y, deseando, mediante estos cambios concienciar al máximo número de empresas para que utilicen también este sistema.



Dentro de la logística verde utilizada en Tanden, estas son algunas de las actividades más destacables:

- Incrementar unidades que reduzcan las emisiones contaminantes o que utilicen medios de energía alternativos.
- Maximizar el uso de luz natural y energías renovables para el almacenamiento.
- Reducir el desperdicio de los materiales y procesar la basura generada.
- Utilizar el menor material posible para empaquetar y apostando por materiales biodegradables.



Finalmente, queremos centrarnos en las **5 fases** de los canales. Es importante tener en cuenta estas fases para poder reflexionar sobre los intereses de la empresa y de los clientes, y poder decidir teniendo toda la información en cuenta.

1. Percepción o conciencia. Esta fase es crucial, ya que, es el momento en el que queremos darnos a conocer, y por ello es esencial decidir cómo vamos a conseguir atraer a nuestros clientes. Debemos determinar la manera en la que vamos a informar sobre nuestro producto y también cómo lograr convencerlos. La publicidad tiene como objetivo aumentar ventas, por ello debe de ser original, sincera y oportuna. Por eso es necesario resaltar la finalidad de nuestra empresa, conseguir dinero para poder ayudar a establecer agua potable en Somalia. Aportaremos la información necesaria para que nuestros clientes comprendan la gravedad de la situación, y así interesarse por apoyar la causa. Nuestro medio principal será el digital, como hemos mencionado anteriormente, mediante redes sociales, páginas web, etc. Tanto la ONG como la agencia Thankium con la que colaboramos nos ayudarán a promocionar nuestro producto.



2. Evaluación. En esta fase los clientes ya nos conocen, pero debemos convencerlos y ayudarlos a evaluar nuestra propuesta de valor. Es decir, formarán una opinión sobre el producto después de haberse informado sobre él. En nuestro caso, los clientes podrán comprobar en nuestra página web, u otros medios, como nuestro objetivo no es el hecho de vender un producto, sino que, de cambiar vidas. Serán informados de que las botellas están hechas de plástico biodegradable, la distribución de estas es completamente responsable con el medio ambiente, y gran parte del dinero recaudado irá destinado a la ONG “Acción contra el hambre”.



3. Compra. Esta es la fase en la que el consumidor tiene claro que efectuará la compra, y debemos decidir cómo se harán para que resulte fácil y atractivo. En Ecowater las compras se harán a través de nuestra tienda online, de forma segura, y con los pasos a seguir claramente señalizados. También contarán con diferentes opciones para realizar el pago a elegir según la preferencia del cliente (tarjeta de crédito/débito, PayPal...). En el caso de las ventas al por mayor, estos podrán ser asistidos por nuestros vendedores personales, con los que podrán negociar e informarse sobre el producto. Las botellas de Ecowater que se vendan a consumidores individuales estarán a 1,5€ - 2€ y las vendidas al por mayor a 1€.



4. Entrega. En esta fase debemos definir cómo llegará el producto hasta el cliente. La entrega en este caso no la realiza Ecowater, sino que, se hará por medio de la empresa Tanden.



5. Post-venta. Es el momento en el que ofrecemos atención y soporte después de la venta. Por un lado, nos aseguramos de que el cliente esté satisfecho, y proporcionamos un contacto en caso de que haya problemas o dudas. Teniendo



como objetivo mejorar, una posible recompra del cliente y una recomendación a terceros. Por otro lado, entendemos que la principal razón de decidir hacer una compra en Ecowater es para apoyar la causa del agua potable en Somalia, por ello, en esta fase de la post-venta se agradecerá a todos los clientes por la contribución por medio de un correo electrónico.

