

# CANALES

En esta empresa apostamos por la cercanía con nuestros compradores, esto conlleva que nuestra política de empresa sea aportar a nuestros clientes una cercanía física y amable.

No solo nos comunicaremos de forma física para ver si los clientes están satisfechos o no, también intentaremos hacer un seguimiento de las opiniones de estos clientes mediante correo electrónico y llamadas telefónicas. Evidentemente sabemos que estos seguimientos son muy difíciles de hacer en persona dependiendo de los supermercados que quieran colaborar con esta marca.

Este producto se dará a conocer de manera física y digital, por lo que llevaremos a cabo una estrategia en la que haremos unos carteles para dar a conocer a modo de publicidad el producto; por otra parte usaremos todas las redes sociales disponibles para poder conseguir el mayor número de espectadores.



Nuestro producto se distribuirá gracias a una empresa de reparto que tenemos un trato especial y de la misma manera se podrán hacer devoluciones de éste. No tenemos tienda física como tal, pero al ser tan fácil contactar con nosotros, nos encargaremos de que el producto llegue a la tienda correspondiente.



Tipos de canales:

Como estrategia de marketing se llevan redes sociales y email marketing con el fin de llegar a un público más amplio y poder brindar a todos/as una información general.

La empresa tiene como política de empresa la cercanía física y la empatía que se puede llegar a obtener con los clientes. Por lo que las maneras de conectar con los clientes son muy variadas. Esa cercanía se dará mediante lo físico, el trato con el cliente entre personas, papelería básica como unas encuestas que brindaremos a los compradores, etc. Además de eso, de manera no física tendremos redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube, etc. y también se tiene un teléfono y un email para poder contactar con nosotros.