

## Canales

A través de los canales conseguimos que SanseBissen alcance a sus segmentos de mercado para hacerles llegar nuestra proposición de valor. Distinguimos tres tipos:

### 1.- Canales de comunicación:

- **Canales online:**

- a) **Instagram:** crearemos una cuenta de Instagram, en la que publicaremos imágenes y videos con todo tipo de información sobre la localización de los puestos, el proceso de cocinado, información cultural de la comida, historia de nuestra empresa,... Además, contaremos con la ayuda de las famosas “Sisters”, unas influencers conocidas en San Sebastián, a las que invitaremos a un aperitivo en nuestros puestos para que nos publiciten, subiendo “historias” comiendo nuestra comida e invitando a sus seguidores/as a comprar en nuestras casetas.
- b) **TikTok:** contaremos con una cuenta de TikTok en la que subiremos videos creativos y divertidos que grabaremos en las casetas y videos de información interesante y curiosidades sobre nuestra comida, ya que es la red social más utilizada por jóvenes y que más puede atraerles a SanseBissen.
- c) **Página web:** tendremos una página web a disposición de la clientela, proveedores, etc. a través de la que ofreceremos una relación mucho más cercana para que nos puedan conocer. Aparecerá todo tipo de información, desde precios hasta la historia. Además, tendremos en la página web un link para valorar la empresa en un formulario y una dirección de correo electrónico para sugerencias, preguntas o reclamaciones. Asimismo, en el caso de que los clientes quieran un trato más directo, aparecerá en nuestra página web nuestro número de teléfono. Todo ello, porque queremos que nuestros clientes puedan tratar de forma abierta con nosotros/as. A todo ello, se podrá acceder también desde Instagram.

- **Canales offline:**

- a) **Logotipo:** en cada una de las casetas tendremos un panel con nuestro logo en un tamaño muy grande en la parte delantera para llamar la atención de los paseantes.
- b) **“Roll-up”:** también tendremos un roll up grande junto a cada una de las casetas en el que también aparecerá el logo e información relevante.
- c) **“Folletos sorpresa”:** por cada compra se entregará un folleto con un dato curioso de las gastronomías alemana y francesa que solo sabrá quien venga a comprar algo. Cada folleto tendrá un dato diferente, de esta manera nadie vendrá sabiendo lo que va a poner en su folleto y se quedará con ganas de saber (y consumir) más. Quien consiga tener 20 datos diferentes sobre las dos respectivas gastronomías, será obsequiado con una salchicha o crêpe gratis (esto se comprobará trayendo los 20 folletos sorpresa adquiridos, que se nos devolverán para evitar malentendidos). Así los clientes también podrán venir a consumir con su familia o amigos/as y entre todos/as podrán conseguir el menú gratis, a parte del conocimiento de muchos datos curiosos

sobre estas dos gastronomías. En la cuenta de Instagram se harán encuestas sobre las informaciones recibidas.

- d) **Folleto informativo:** nosotros/as mismos nos encargaremos de informar a las personas de manera presencial mediante unos folletos con información sobre nuestros productos, horarios, etc.

## **2.- Canales de distribución:**

Nuestro canal de distribución será directo y sin intermediarios. Estaremos situados en distintos sitios estratégicos y transitados de la ciudad (Boulevard, Kursaal, Estación del Norte, Alderdi Eder, etc.). Además, tendremos puestos ambulantes para la distribución de nuestros productos por los diferentes centros educativos. En principio empezaremos con un puesto en el Boulevard y en la Estación del Norte, con un puesto ambulante. Más adelante pasaremos a ampliar los puntos de venta.

## **3.- Canales de venta:**

- a) **Percepción:** gracias a nuestros folletos, los clientes se interesarán por nuestra empresa y por lo que queremos transmitir. También, gracias a nuestra relación con las “Sisters”, sobre todo nuestros clientes nos percibirán mediante Instagram. Tendrán una buena percepción de nosotros/as, por lo que tendremos unos clientes fieles con los que tendremos una relación excelente, y que seguramente repetirán más de una vez nuestro servicio. Por último, gracias al cartel de colores (logo), el panel informativo de cada puesto, los “roll-ups” y los puntos de venta estratégicos, atraeremos a nuestros clientes al puesto.
- b) **Evaluación:** como se ha mencionado anteriormente, en la web habrá un link para valorar la empresa en un formulario y una dirección de correo electrónico para sugerencias, preguntas o reclamaciones. Asimismo, se podrán ver las valoraciones en Internet de nuestros puestos.
- c) **Compra:** solo habrá un tipo de compra y será sencilla y tradicional: los clientes vendrán presencialmente a nuestro puesto y comprarán la comida que se hará al momento. Al pagar, se les facilitará un folleto informativo junto al “folleto sorpresa”, para asegurar su fidelidad.