

CANALES



Los canales son todos aquellos medios que utilizamos para comunicarnos o para interactuar con nuestra target con el propósito de dar a conocer la propuesta de valor, distribuirla en el mercado y concretar su venta.

Según datos de un estudio de LetsBonus, casi el 50% de los usuarios prefieren el correo electrónico y el teléfono como canal de atención al cliente mientras que canales en redes sociales como Facebook o Twitter sólo son utilizados por los usuarios en casos extremos.

La comunicación, distribución y canales de venta son la interfaz con nuestros clientes. Nuestros canales son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente.

Los canales sirven diferentes funciones incluyendo: elevar la percepción entre los clientes acerca de los servicios y productos de la empresa. También ayudaremos a los clientes a evaluar la proposición de valor. Permitiremos a los clientes la compra de productos y servicios específicos. Entregaremos una proposición de valor a los clientes para describir lo que hacemos y para explicar a quién se lo ofrecemos y si fuera preciso, por qué lo ofrecemos.

Enfocándonos más hacia nuestro público o consumidor medio objetivo, utilizaremos canales de comunicación específicos que no requieran uso de la mensajería física sino informática, reduciendo tanto costes como emisiones y residuos que serían altamente perjudiciales y nocivos para el medioambiente, por lo que la comunicación por medios informáticos se ajustara mucho más a nuestra política y filosofía de marca y empresa