

## CANALES

---

Son los medios que utilizamos para comunicarnos o para interactuar con nuestros clientes con el objetivo de dar a conocer la propuesta de valor, distribuirla en el mercado y concretar su venta. Existen tres tipos de canales que están compuestos por 5 fases.

El **canal de comunicación**, es el medio por el que se transmiten datos, mensajes o información que envía un emisor a un receptor. El **canal de distribución**, son las diferentes fases por las que pasa un producto, de modo que va pasando de unas manos a otras. Desde el fabricante al consumidor. El **canal de venta**, es la forma en que se vende un producto o servicio.

Las fases que componen los canales son las siguientes: el **reconocimiento** es la forma en la que los clientes son conscientes de nuestra existencia, en nuestro caso, hacemos uso principalmente de las redes sociales como Instagram, Twitter o Telegram. En la **evaluación**, los compradores juzgan nuestro producto y forman una opinión sobre él al saber de su existencia tras el reconocimiento. La **compra** trata de facilitar a los clientes la compra de nuestro producto, nosotras lo hacemos mediante una tienda física o nuestra página web. La **entrega**, es decir, que el producto a ofrecer llegue a los compradores en caso de que lo hayan comprado a través de nuestra web y, por último, la **post-venta**, que es la acción de seguir proporcionando un servicio al cliente, ya que tras la venta inicial hay que conseguir mantener una relación entre comprador y vendedor, por lo que estaremos a su disposición para cuando necesiten hacer uso de nuestra ayuda.

Además, los canales pueden clasificarse de dos maneras, directos e indirectos. La forma directa será en la tienda física cuando algún cliente la visite y la forma indirecta a través de nuestra página web con nuestro correo o mediante las redes sociales enviando un mensaje vía Instagram, Twitter o Telegram. Nos encontramos presentes en ambos tipos de canales, puesto que el cliente puede llegar a precisar de nuestra ayuda tanto para la compra de un producto como para un arreglo.

Al hacer uso de estos dos tipos de canales ampliamos nuestro negocio a un rango mayor de población, ya que muchas personas no pueden desplazarse hasta la tienda física, ya sea por discapacidad o por lejanía. Además, hay personas que no hacen uso de la tecnología, como puede ser un teléfono móvil, por lo que siempre podrán acudir al establecimiento.