

Canales

Los canales de distribución son las rutas que los productos y los servicios toman en su recorrido desde el fabricante o proveedor de servicios hasta el cliente final.

A través de los canales de comunicación conseguimos que nuestro proyecto alcance a sus segmentos de mercado para hacer llegar nuestra propuesta de valor a nuestros clientes.

Canales de comunicación son el soporte mediante el que se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor.

Canales de distribución son la ruta o el camino a través del cual el producto se transfiere desde el lugar de la producción, hasta el consumidor final.

Las empresas desarrollan diferentes estrategias de distribución o estrategias de canal para sus productos y servicios basándose en una variedad de factores y posibles pasos en el proceso de distribución o los intermediarios.

Para que nuestra asociación funcione es necesario hacer llegar esta a las personas mayores, hay que hacerle llegar toda la información posible sobre nuestras actividades, cómo funcionan, qué hacemos y sobre todo, si así lo desean, cómo poder participar y unirse para formar parte de nuestro proyecto.

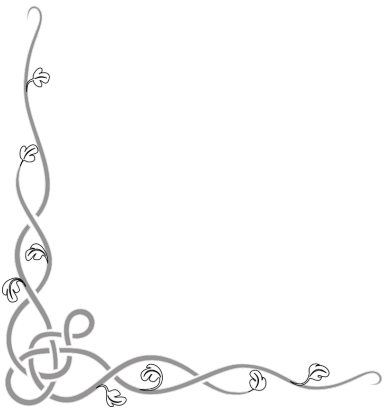
Las personas mayores son muy importantes para nuestra asociación, no solo porque son el pilar fundamental, sino porque sin ellas esto no sería posible. También los/as jóvenes son importantes, les ofrecemos la gran oportunidad de charlar con personas más experimentadas en la vida que ellos, a la vez que harán disfrutar y acompañarán a los/as mayores ya que pasarán tiempo con ellos/as y eso para los/as mayores es importante ya

que suelen sufrir de soledad y además les entretiene puesto que les suele gustar charlar con las nuevas generaciones para conocer su opinión sobre temas actuales, se enriquecen mutuamente ambos colectivos.

Con esta información nuestra empresa atiende a las siguientes cuestiones:

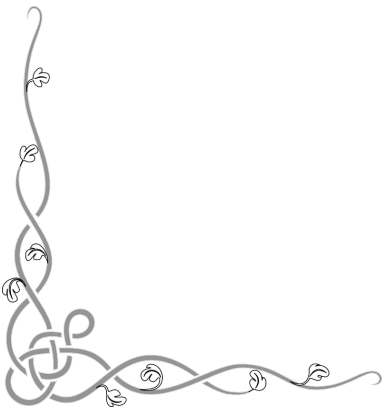
- I. ¿Con qué canales podemos llegar a nuestros clientes?***
- II. ¿Qué canales funcionan mejor?***
- III. ¿Cuáles de estos canales son los más rentables?***

I. Podemos llegar a nuestros clientes mediante canales directos, que son los canales con los que te conectas directamente con tu cliente; como pueden ser una página web, las redes sociales, la red de tiendas, la fuerza de ventas, el personal ejecutivo y los proyectos de promoción. También podemos conectar con nuestros clientes mediante canales indirectos que son los canales con los que nos comunicamos con nuestros clientes mediante intermediarios. Como pueden ser; sitios web de terceros, las redes de ventas al por mayor, las redes de ventas de terceros, las tiendas de terceros o los medios de comunicación.



Los canales son puntos de contacto con el cliente y se componen de 5 fases:

- **La percepción:** Esta es la fase de marketing y publicidad. Se trata de cómo la asociación informa a sus participantes sobre la propuesta de valor. (mediante visitas a los centros y/o contacto telefónico).
- **La evaluación:** Esta es la fase de promoción o probar el servicio. Las personas participantes evaluarán, leerán o utilizarán el servicio y crearán una opinión al respecto.
- **La entrega:** Esta es la etapa en la que se define como el servicio/producto llegará al cliente (será a través de las acciones y propuestas que se llevarán a cabo para generar esa interrelación generacional).
- **La post-venta:** Esta etapa proporciona un contacto para que el cliente llame cuando tenga un problema o una pregunta sobre el producto. Cuanto mayor sea el valor del producto, mayor será la probabilidad de que el cliente necesite soporte posventa. (Se evaluará la participación y aceptación de las actividades realizadas para realizar un diagnóstico de satisfacción).



II. El canal que mejor funciona para nuestra empresa al ser nuestros clientes potenciales una generación que vivió sin redes sociales ni nuevas tecnologías usaremos los canales de comunicación más directos, como pueden ser visitas “in situ” a los Centros de Jubilados, Asociaciones de Jubilados, Residencias, etc...y solicitaremos la ayuda de las instituciones ya que ellos cuentan con registro y contacto con todo lo relacionado a la tercera edad, por ser este un sector institucionalizado en cuanto a recursos se refiere. Nuestro mejor canal de comunicación será el de la “captación” en persona, correo ordinario o comunicación telefónica.

III. Para que nuestra asociación tenga éxito consideramos que los canales más rentables para darnos a conocer son los anteriormente mencionados por ser a quien se dirige toda nuestra acción un colectivo poco familiarizado con los canales que han ido surgiendo por las Nuevas Tecnologías.

Programar visitas in situ en los lugares donde se encuentran nuestros “clientes potenciales”, tener una interlocución directa con ellos y también posibilitar un primer contacto telefónico a modo de presentación del proyecto.

