

Canales

Los canales de distribución son el conjunto de medios que utiliza la empresa para hacer llegar el producto desde el fabricante hasta el cliente final.

Tenemos redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter donde hay publicadas fotos de nuestro producto y donde actualizaremos todos los cambios que vayamos realizando. Además, se podrá contactar con nosotros mediante estas redes sociales, y la página web. Para mayor cercanía con el cliente se proporcionará un número de teléfono en el que se podrá llamar las 24 horas del día. La distribución del producto se realizará mediante correos, por lo que el cliente podrá elegir si recibirlo en casa, o irlo a buscar a correos

El canal que mejor funciona es el de las redes sociales ya que el resto de canales como pueden ser la línea telefónica y el apartado de preguntas de nuestra página web suelen estar saturados y en las redes sociales habrá una persona al pendiente de nuestras cuentas y las posibles preguntas que nos hagan.

Dentro de los canales, se aprecian dos tipos:

Por un lado, los canales directos son los puntos de contacto propios de tu negocio con los que te conectas al cliente. En este tipo de canales se encuentra la página web de la propia empresa, las redes sociales de nuestra empresa, nuestro servicio de línea telefónica y nuestro correo electrónico.

Por otro lado, para los canales indirectos necesitas de intermediarios. Pueden ser canales de terceros o partners que te ayuden a llevar tu producto al cliente. Dentro de este entran las páginas web de terceros que venden nuestro producto, un ejemplo sería Amazon, redes de ventas al por mayor, redes de ventas de terceros y medios de comunicación. Los canales indirectos son más desafiantes ya que no tienes tanto control y generan menos beneficios a tu empresa, debido a que las ganancias se deben distribuir entre todos los intermediarios.

