

CANALES

Combinar correctamente los distintos canales para hacer llegar con éxito los diferentes productos a nuestros clientes es algo clave en nuestra empresa.

En nuestro caso, para poder llegar a nuestros clientes combinaremos los distintos tipos de canales existentes. Por un lado, como canales propios, crearemos una tienda online donde ofreceremos un catálogo de nuestros productos, además también podrán encontrar nuestros productos en las páginas web de otras tiendas o en showrooms que organizaremos cada 3 meses. Por otro lado, en cuanto a canales asociados, colaboraremos con otras marcas, distintas tiendas a través de las cuales podamos dar una mayor visibilidad a nuestros productos, por ejemplo Ikea, Conforama...



En cuanto a la distribución de nuestros productos, tanto si los clientes optan por comprar en nuestra tienda online como si tenemos que llevarlos a las tiendas físicas, utilizaremos una serie de vehículos propios personalizados por nuestra empresa para distribuirlos. El cliente tendrá la opción de elegir que el personal de nuestra empresa, una vez en sus casas/tiendas, les facilite el montaje del producto.



Una vez los clientes han recibido nuestros productos, poseen una garantía de 30 días en los que el cliente tiene la posibilidad de devolver el producto si no le satisface. Pasado este tiempo, no admitiremos devoluciones.

En cuanto a la evaluación de productos, el cliente posee la capacidad de evaluar nuestros productos a través de nuestra página web también lo podrá hacer cuando se le entregue el producto en la recepción.

Un aspecto clave es cómo los clientes van a saber de nosotros. Pues bien, nuestra empresa subcontratará a una persona para que se haga cargo del marketing, esta persona será la encargada de darnos a conocer haciendo uso de las redes sociales más importantes en este momento como Instagram, Tik Tok, Facebook... También se pondrá en contacto con las personas más influyentes en este momento, los youtubers e influencers. Es una muy buena manera para que la gente nos conozca y puedan incentivar a los seguidores de esas personas a comprar nuestros productos.