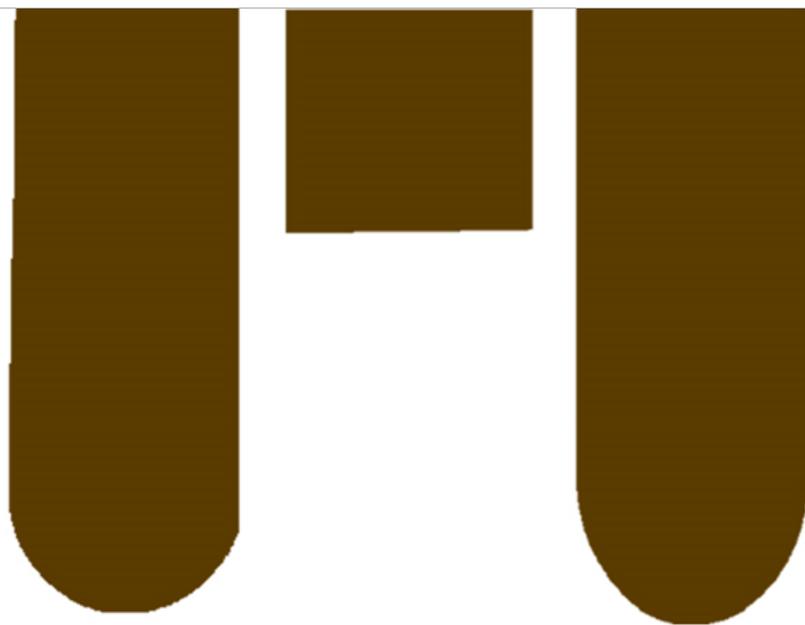




# Proyecto StartInnova

---



## Helpets

CARMEN GARCÍA, MARIA DE LA CRUZ Y HÉCTOR RODRÍGUEZ  
IES CONDESA EYLO ALFONSO

---

## Canales

---

Nuestra empresa es consciente de que los canales son la vía de comunicación entre nosotros y los segmentos a los que queremos dirigirnos; sabemos que existen 3 tipos de canales de y nosotros hemos decidido darle una mayor importancia al canal de la comunicación e inmediatamente después al canal de la distribución. Lo encontramos muy importante porque está estrechamente ligado con los recursos clave de los que disponemos.

### Canal de comunicación



Elegimos el canal de la comunicación ya que consideramos algo básico el poder transmitir a cada persona qué vendemos, para qué sirve nuestro producto, cuáles son sus usos, cuál es su precio, qué tipos hay, etc. Queremos comunicar que existe un arnés para mascotas,

especializado en perros, que puede hacer más fácil la vida tanto de la mascota como de su dueño. Para nosotros la comunicación con el público objetivo, así como con nuestros clientes es algo básico ya que así estrechamos lazos y generamos una sensación de confianza, algo que el cliente potencial (o el cliente propiamente dicho) valora.

¿Cómo nos comunicamos con los potenciales clientes? Mediante redes sociales, nuestra propia página web, correo electrónico y teléfono. Un cliente contento es nuestro objetivo; además, no hay mejor publicidad que un cliente satisfecho con su compra ya que este habla con otras personas y cuenta su experiencia.



### Canal de distribución

También le damos una especial importancia al canal de distribución ya que para nosotros es primordial que nuestros productos lleguen en el plazo indicado, en las mejores condiciones. Nosotros tenemos una responsabilidad con cada cliente y es nuestro deber hacerle llegar el producto perfecto. Así, además, los clientes quedarán satisfechos y volverán a comprar nuestros productos.

## Canal directo o indirecto

A su vez, los canales pueden clasificarse de dos formas: directo o indirecto. En este caso, nosotros hemos optado por seguir un modelo híbrido entre ambas; llegamos a nuestros clientes tanto por nuestra propia fuerza de ventas (redes sociales, página web de nuestra empresa, tienda física en exclusiva de nuestro producto, etc) como por las tiendas asociadas y mayoristas. Pensamos que una buena forma de llegar a un público más amplio es con tiendas asociadas y con mayoristas.

