

CANALES

El canal para la distribución de nuestro producto conlleva una compleja elección. Teniendo en cuenta el segmento de mercado elegido, debemos analizar las capacidades de nuestros clientes. Los canales son muy variados haciendo accesible el producto al gran grupo de población a la que englobamos. Hoy en día, está muy valorado el internet, sobre todo entre la población joven y adulta, por lo que también contamos con recursos online.

Nuestros **canales de comunicación** son:

- Empleamos nuestra página web como principal modo de distribución de información y venta para los clientes, incluyendo en ella toda la información de la empresa, nuestros recursos, materias primas empleadas y detalles sobre el producto.
- Para introducirnos al mercado y aumentar la concienciación entre nuestros clientes, distribuiremos folletos informativos sobre el producto, bien sea a través de los comercios con los que trabajamos, o bien, mediante distribuidores físicos situados en calles. A lo largo de nuestro crecimiento, iremos incluyendo también publicidad televisiva y online (anuncios).

Los **canales de distribución** serán los siguientes:

- No tenemos una tienda física, sin embargo, distribuimos nuestro producto mediante pequeños comercios asociados, por ejemplo (Locutorio Aguilar) y mediante grandes centros comerciales.
- Por encargo, mediante la página web, eligiendo si quieren el producto a domicilio o que sea entregada en la tienda física asociada más cercana. (A domicilio incluye gastos de envío)
- Grandes comercios, en un futuro, tenemos pensado asociarnos con grandes multinacionales que puedan distribuir nuestro producto de forma física.

Los **canales de venta**:

- Las pequeñas empresas asociadas: tiendas físicas a las que distribuiremos los productos. Encargadas de realizar la venta a su clientela.
- Página web: a través de nuestra propia página web, tendremos encargados de recibir los pedidos y realizar la venta de activos.