














CANALES

La elección de canales implica que el cliente tenga una experiencia con la marca o con un producto o servicio. Lo que se debe hacer en este apartado es comunicar con claridad y orden, todo lo que nuestros clientes deben saber sobre nuestra propuesta de valor.

Una propuesta de valor se entrega a través de distintos Canales de comunicación, ventas y distribución. Y que se pueden utilizar principalmente para:

-  Ayudar a que los clientes evalúen la Propuesta de Valor.
-  Informar a los clientes sobre cómo comprar los productos y servicios específicos.
-  Entregar la propuesta de valor a tus clientes.
-  Proveer al cliente de atención post-compra.

En el caso de nuestra tienda de ropa (online) llegaremos al consumidor final de la siguiente forma:

-  Una tienda online mediante las redes sociales lo que nos ayudara a estar todo el tiempo en contacto con nuestros clientes.
-  Publicidad sobre todo redes sociales como Instagram y Twitter.
-  Haciendo encuestas y preguntas a nuestros seguidores para saber qué es lo que les gustaría.
-  Anuncios en radio y televisión.
-  Publicaciones promocionales en periódicos y revistas.
-  Anuncios en páginas web.
-  Vallas publicitarias.
-  Eventos propios de la empresa.
-  Eventos de lanzamiento.



