

CANALES

Con respecto a los canales de comunicación, la empresa opta, principalmente, por entrar en contacto con los clientes mediante internet, ya sea por página web o por redes sociales como instagram, facebook y twitter. Estos canales de comunicación son perfectos para comunicarse con los segmentos de clientes más adultos y más jóvenes. Mediante el uso de estos dos canales los clientes pueden ver y analizar las características del recinto y los servicios que ofrece. Al ponerse el cliente en contacto directamente con la empresa este se convierte en un canal directo.

Se utiliza la promoción por un canal secundario como canal de comunicación alternativo, en este caso mediante la oficina de turismo. La oficina de turismo dispone de folletos informativos, además de ser quienes se encarguen de transmitir la propuesta de valor al público que no le interese la vía online.

La venta del producto se hace desde la página web de la empresa, facilitando así la adquisición de este. Éste es el canal propio de la empresa, siendo gestionado por ésta misma, siendo éste un canal de ventas propio, elegido ya que estos otorgan más beneficios. El producto se puede adquirir desde la oficina de turismo quien actúa como intermediario entre el cliente y la empresa. La oficina de turismo puede hacer las reservas para el cliente, del mismo modo que también se vende a través de las agencias de viajes.

Nuestro medio de distribución del producto, debido a que es un alojamiento, las reservas se realizan de manera online quedando registradas y el demandante recibirá un comprobante de reserva de manera electrónica, es decir por correo electrónico. En caso de no poseer un correo electrónico, se entrega el comprobante de manera telefónica mediante un SMS. Existe también la opción de entregar un justificante de reserva de manera física, en formato papel, en caso de que sea demandado.

Booking la empresa de reservas de alojamientos colabora con IKVAIODA. Gracias a esto aparece en su portal de ventas ampliando su clientela.