



CANALES

En el ámbito de la comunicación, damos a conocer nuestros productos principalmente mediante publicidad, tanto en televisión, como en redes sociales y en vallas publicitarias por la calle. Pero también, nos basamos en la fidelización de nuestros clientes y las relaciones públicas.

En lo relacionado con la distribución; hemos escogido por los canales indirectos, es decir, nos basamos principalmente en la venta al por mayor (aunque tengamos menos margen de beneficio pero llegamos a una muestra de población mayor) y en trabajar con diversas empresas asociadas.

En el apartado de las ventas, gran número de ellas esperamos que sean a través de internet, por lo que tendremos que desarrollar una estrategia de marketing digital, en la cual incluiremos como ya hemos dicho; redes sociales, publicidad SEM, email marketing etc...

Por último, la forma que tendrán los clientes y afiliados de contactar con nosotros será mediante nuestra página web, a través de las redes sociales, email, vallas publicitarias, medios de comunicación en general, contacto con otras empresas que ya trabajen con nosotros etc.