

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES**

### **CANALES DE COMUNICACIÓN**

Contamos con un gran abanico de opciones a la hora de relacionarnos con los clientes, además de contar con una secretaria y una tienda. Los canales que nosotros empleamos son un número de teléfono, una aplicación, una página web y diferentes redes sociales.

### **CANALES DE VENTA**

Puedes contactar con nosotros en cualquiera de los canales del párrafo anterior, pero únicamente están relacionados la tienda y la página web. Aunque se pueden reservar las actividades desde cualquier canal, nuestros productos únicamente se pueden comprar en la tienda, y pedir por internet por la página web. Pero si que es cierto que por el número de teléfono se pueden encargar pedidos de gran magnitud.

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

A la hora de distribuir nuestros productos y expandir nuestra marca contamos con un gran socio como es DHL. Esta es una empresa que se encarga de repartir productos y del transporte necesario. Nuestra distribuidora nos permite enviar nuestros productos a toda España y Europa, además de poder enviarlos a latinoamérica, aunque con algo más de tardanza.

### **LAS FASES POR LAS QUE PASAN CADA UNO DE NUESTROS CANALES:**

- **LA PERCEPCIÓN**  
¿Cómo educamos a los clientes acerca de las características de nuestros productos y servicios? Esta es la fase de marketing y publicidad.  
Se trata de cómo la empresa informa a sus clientes sobre la propuesta de valor.
- **LA EVALUACIÓN**  
¿Cómo podemos ayudar a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor? Esta es la fase de promoción o ""Pruébame antes de comprar"". El cliente evaluará, leerá o utilizará el producto y se formará una opinión al respecto.
- **LA COMPRA**  
¿Cómo podemos ayudar a los clientes a comprar nuestro producto o servicio? Este es el proceso de venta e indica el dinero que se intercambia por los bienes y servicios concretos elegidos.

- **LA ENTREGA**

¿Cómo entregamos la propuesta de valor prometida al cliente? Esta es la etapa de cumplimiento y define cómo el producto llegará al cliente.

- **LA POST-VENTA**

¿Cómo podemos brindar atención y soporte al cliente después de la venta? Esta etapa proporciona un contacto para que el cliente llame cuando tenga un problema o una pregunta sobre el producto. Cuanto mayor sea el valor del producto, mayor será la probabilidad de que el cliente necesite soporte posventa.