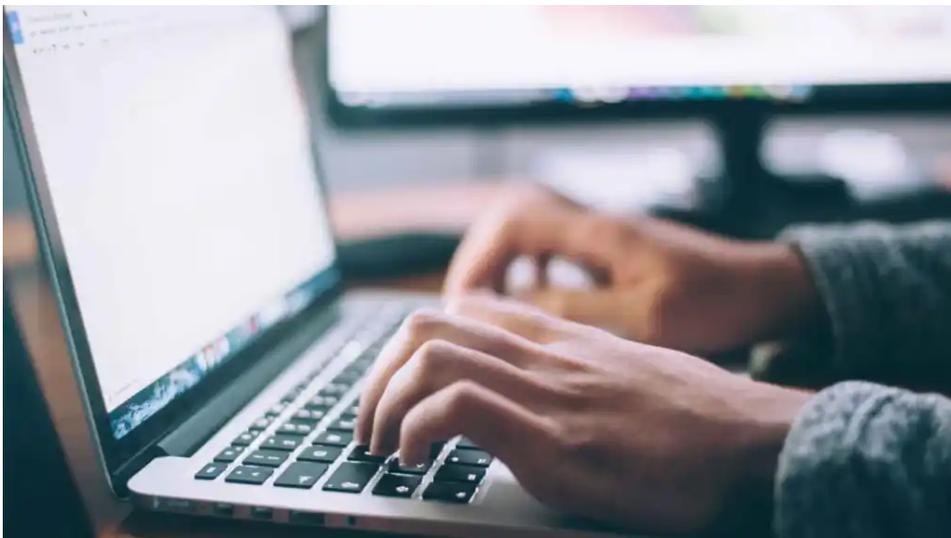


5. CANALES

Tenemos pensado darnos a conocer a través de nuestra página web. En ella, los interesados se podrán informar de quiénes somos, cómo trabajamos, nuestras políticas de empresa, y de los productos que ofertamos; es decir, en qué consiste nuestro modelo empresarial en su totalidad. Además, daremos a conocer los detalles de los procesos productivos seguidos, ya que creemos que es una muestra de confianza y cercanía con el cliente. A su vez, la página web servirá como canal para la distribución de los productos.

Desde la misma página web, los clientes podrán realizar sus pedidos, y más tarde, serán miembros de nuestro propio equipo los que llevarán estas mercancías al destinatario. Esto se debe a nuestro afán por recompensar a los consumidores, por dar su voto de confianza, con un trato personal. Por ello, creemos que no deberíamos implicar a terceras empresas, ya que no sería posible seguir nuestros principios, ni nuestra forma de trabajar. Además, nos gustaría poder informar a futuros clientes de todo lo que existe detrás de estos productos.



Desde los diseños, pasando por la maduración de la idea, el proceso de fabricación, hasta llegar a lo que finalmente ven en la tienda... Este será otro canal alternativo a la versión online.

En esta versión, al igual que en la página web, tratamos de ser lo más transparentes posibles, mostrándonos al cliente como realmente somos, ya que queremos que nos tengan en consideración tanto por nuestros productos, como por las causas por las que están impulsados, además de por el método de trabajo utilizado. Además, nos preocupamos por la comodidad del cliente a la hora de comprar, pudiendo ver y probar los productos por los que están interesados y asegurándose de que son lo que realmente quieren y de la calidad prometida. De esta forma, no tendrán dudas acerca de la fiabilidad del producto. Además, la versión física cuenta con una gran ventaja, ya que podemos informar sobre nuestro propósito a los clientes y podemos incluso personalizar algún producto al gusto del consumidor. Por otro lado, si algún cliente no puede costearse alguno de los productos tratamos de asesorarlos sobre productos de igual utilidad que se ajusten a su presupuesto.



Las redes sociales a través de las cuales podemos darnos a conocer y concienciar sobre nuestra causa, también sirven como canal de distribución. De esta forma, los clientes pueden ver el catálogo de productos que ofertamos pudiendo comprarlos desde la misma red social. Además, a través de las redes sociales, solemos publicar mensajes de positivismo, además de informar sobre noticias o sucesos relativos al cambio climático. Tratamos de actualizar los contenidos diariamente, ya que creemos que es importante demostrar a los compradores que siempre estamos ahí, y que estamos completamente comprometidos.

Y por último, los puntos de información que tenemos situados en algunas ciudades, servirán además de como propulsor para darnos a conocer, como punto de pedido donde facilitar paquetes y compras. Además, estarán abiertos y a disposición del cliente en un amplio horario, todos los días de la semana.