

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Con los **canales** definimos como vamos a hacer llegar nuestra propuesta de valor a cada uno de nuestros segmentos de clientes, teniendo en cuenta sus diferentes características. Necesitamos la combinación exacta de canales para llegar a los clientes del modo adecuado.

Contamos con canales propios y con los canales de nuestros socios. Con los primeros obtenemos unos márgenes de beneficios mayores pero los segundos nos van a permitir llegar a un mayor número de clientes.

Distinguimos entre:

- **Canales de comunicación:**

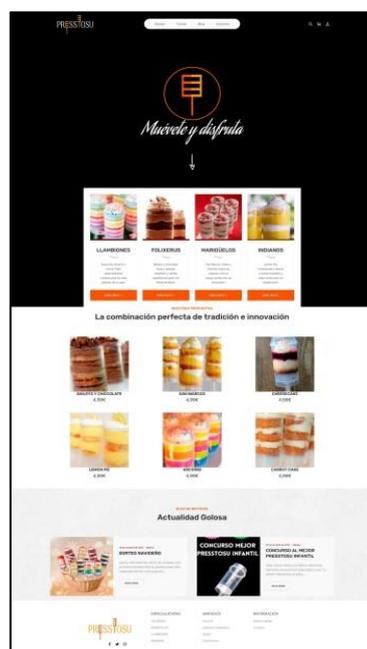
Necesarios para informar a los consumidores y generar interés sobre nuestra propuesta de valor.

Nuestros principales canales de comunicación son:

Página web



Presstosu.es



Fundación para la integración laboral de personas con discapacidad

Hemos contado con la supervisión de la empresa **Integralia DKV**, especializada en la inserción laboral y adaptación de personas con diferentes discapacidades, para asegurarnos de que nuestra página web sea completamente accesible para todos los públicos y apto para los lectores de pantalla.



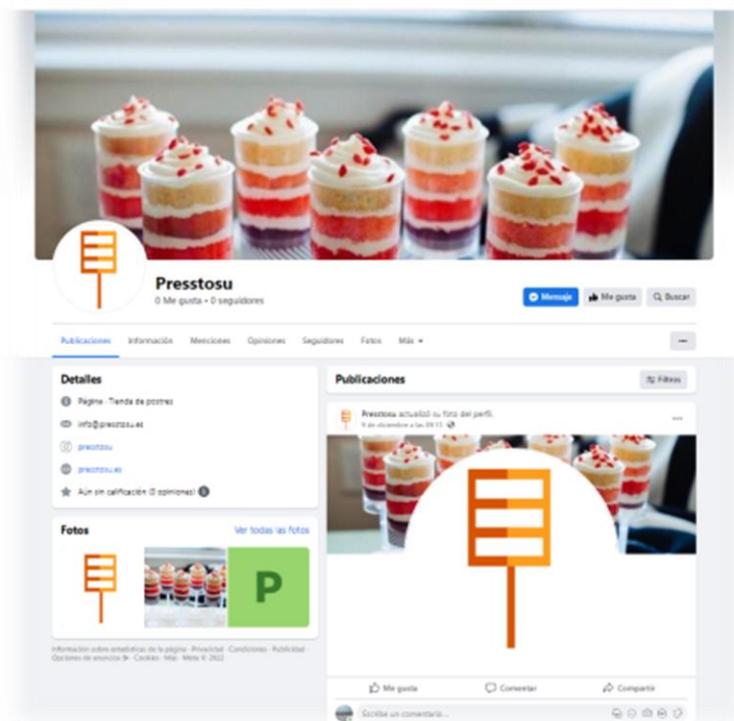
Redes sociales



<https://www.instagram.com/presstosu/tagged/>



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100088510722419&mibextid=ZbWKwL>



Tarjeta de visita



Blogueros gastronómicos asturianos

Nos hemos puesto en contacto con alguno de los más importantes, van a dar a conocer quiénes somos y cómo trabajamos. Son nuestro “boca a boca” digital, nos van a ayudar a transmitir credibilidad y confianza.

Conocemos ya sus primeras opiniones:



“¡Qué interesante! Me parece una brillante idea que aunéis hedonismo con cultura y nutrición.” Carmen Ordiz



“Un postre artesano que se pueda llevar a cualquier sitio, que se pueda comer sin cubiertos y que, además, sea saludable es una buena idea.”
“Los niños aprenderán a comer frutas y cereales de forma divertida... Estos postres llamarán su atención”

“Para los mayores esas recetas de siempre, que les han acompañado toda su vida y que les traerán buenos recuerdos”

“Un etiquetado claro y detallado, como tienen estos postres, de los ingredientes, valores nutricionales y alérgenos dice mucho de la calidad y del compromiso del producto con el consumidor”. Mari

Ferias de eventos y alimentación, magnífica oportunidad para generar sinergias y colaboraciones con otros profesionales y sobre todo para darnos a conocer y promocionar nuestro producto.



Feria Detiqueta (Recinto Ferial de Asturias Luis Adaro) dirigida a un público especialmente interesado en la organización de eventos, en especial bodas pero también comuniones.

Sunday love (Palacio Conde de Toreno en Malleza, Salas), donde se dan encuentro los profesionales más interesantes y punteros del mundo de las bodas. Evento exclusivo, original y diferente, creador de un entorno donde marcas y clientes se encuentran, conocen y conectan.



Mi Boda Rocks Experience (Hotel NH Gijón), una propuesta en formato showroom.

Feria de Bodas del Oriente de Asturias (Parador de Cangas de Onís), evento que se ha convertido en un referente de profesionalidad en la organización de bodas.



Salenor (Pabellón de Exposiciones y Congresos de la Magdalena, Avilés). Salón de la Alimentación y el Equipamiento del norte de España. Encuentro profesional, de la hostelería, hotelería, confitería y panadería. Referente del sector alimentario, convirtiéndose en el punto

de encuentro de proveedores y clientes de toda España. Sus visitantes, profesionales, su volumen de negocio y promoción avalan esta condición.

- **Canales de distribución:**

Son los medios empleados para hacer llegar el producto al mercado. En nuestro caso contamos con:

- ~ Un canal de distribución directo, los productos son ofrecidos directamente al cliente en nuestra propia tienda. Es el que más beneficios nos va a generar y sobre el que tendremos mayor control.
- ~ Un canal de distribución indirecto, en este caso es la empresa de transportes GLS quien se encarga de hacer llegar nuestro producto a nuestros socios minoristas que lo harán llegar a los clientes finales. Sobre este canal tendremos menor control y los beneficios van a ser menores.

- **Canales de ventas:**

Nuestros productos se pueden adquirir directamente en la tienda física, a través de nuestros socios minoristas y, en las ferias y eventos en los que vamos a participar.

