


**CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN**

	<p><u>ÍNDICE</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Los canales de venta</li><li>2. Los canales de comunicación</li><li>3. Los canales de distribución</li></ol>
---	--



## 1. Los canales de venta:

- En primer lugar, utilizamos un canal directo ya que vamos a vender a través de nuestra tienda online, donde se podrán encontrar nuestros productos disponibles. Dentro de esta, podréis encontrar información sobre los productos que utilizamos, como también el proceso por el que pasan cada uno de nuestros productos. Por último, habrá un apartado de comentarios para el público, y en un futuro, nuestras novedades.



## NUESTRO PRODUCTO

TAR-TAP es un envase ligero, práctico y fácil de llevar contigo.

Además estamos orgullosas de anunciaros que es un producto biodegradable.

Además contamos con dos tamaños de compra:

Comprar grande

Comprar pequeño

## SOCIAS

Clara Montaña

Saber más

África Murcia

Saber más

Aitana Navarro

Saber más

Aitana Roselló

Saber más

## CONTÁCTANOS

**SÍGUENOS EN**

[@tartap\\_valencia](https://www.instagram.com/tartap_valencia)

**CORREO ELECTRÓNICO**

[tartap.2023@gmail.com](mailto:tartap.2023@gmail.com)

**NUESTRAS UBICACIÓN** → **VALENCIA: 46020 CALLE: Av. del Primado Reig**

- Por otra parte, utilizaremos el canal indirecto, debido a que venderemos en tiendas multimarca, tanto en tiendas físicas (en Valencia) como por internet **y con acuerdos con empresas de comida para llevar locales.**

## 2. Canales de comunicación:



Para nuestra empresa, los canales de comunicación son el soporte mediante el cual se transmite el mensaje desde **TAR-TAP** al cliente.

Uno de los canales que utilizaremos será **E-mail (marketing directo)**, asimismo nos pondremos en contacto de manera directa con nuestros clientes on-line, donde les llegarán promociones, descuentos, sorteos... con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes.

El E-mail es una de las herramientas más simples y eficaces de comunicación entre empresa y consumidor, es por ello que lo usamos. Además es la mejor idea para nosotras por el bajo coste que supone.

También, disponemos de nuestra WEB. A través de ella, ofreceremos ofertas y promociones de descuento de un 10% si se dan de alta (descuentos por suscripción). Los clientes podrán enterarse de todas las novedades que hayan y al mismo tiempo habrá un apartado de comentarios, dónde nos podrán dar su punto de vista y nosotras, dentro de nuestras posibilidades, mejorarlo.

**TAR-TAP** utiliza redes sociales, como son Instagram, Facebook y Tik-Tok, estas plataformas son clave para llegar a nuestro público objetivo. En ellas publicaremos todo el contenido posible para darnos a conocer y además, que nuestros clientes estén al día de las ofertas, promociones, sorteos y novedades que se ofrezcan desde **TAR-TAP**.

Spot publicitario: <https://youtu.be/DnwyqSSrypw>

## ¡LISTOS PARA EL LANZAMIENTO!

ESTE PRODUCTO YA CASI ESTÁ LISTO.  
A PARTIR DEL **1 DE FEBRERO**, SE ENCONTRARÁ  
EN NUESTRA PÁGINA WEB

[www.tartap.com](http://www.tartap.com)



## ¡PROMOCIÓN ESPECIAL!

10% DE DESCUENTO

A las **200** primeras personas que  
compre nuestro producto.



Como **estrategia de street marketing** hemos pensado repartir diferentes QR en la UV (Universidad de Valencia), dónde podrán encontrar distintas promociones y descuentos de nuestros productos. Además, junto al QR repartiremos nuestros folletos de bienvenida para que nos puedan encontrar en nuestras redes sociales y página web. De esta manera nos daremos a conocer a nuestro público objetivo.

Otras acciones previstas son el acudir a ferias en España sostenibles para presentar nuestros productos como :

### **BIOCULTURA MADRID (ANUAL)**

Biocultura Madrid actualmente es la feria más importante del estado español y se espera la participación de 400 expositores y un mínimo de 50.000 visitantes. Esta feria será una herramienta fundamental para posicionar nuestra marca en el mercado, porque nos ayudará a captar y fidelizar clientes, además de aumentar el número de ventas realizadas.

La feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable nos ayudará a darnos a conocer nacionalmente y tendrá lugar el 2,3,4,5 de noviembre de 2023.

<https://www.biocultura.org/madrid/informacion>

Otras estrategias de marketing (marketing verde, ecológico) a desarrollar son:

- Impulsar campañas o acciones de otras empresas que trabajen con causas ambientales, con el objetivo de darse a conocer y consolidar nuestra marca.
- Participar como ponente aportando contenido de valor o patrocinando algún evento local.

**Video corporativo:** <https://youtu.be/-215GlgZuuY>

**Spot publicitario:** <https://youtu.be/DnwyqSSrypw>

### **3. Los canales de distribución:**

A veces, no nos damos cuenta de la importancia que tienen los canales de distribución de una empresa. A través de estos se transmite el producto, son parte de una estrategia de vinculación de nuestros productos con el cliente final.

Distribuiremos en tiendas multimarca y a través de nuestra web ([www.tartap.com](http://www.tartap.com)). También nos podrás encontrar en locales de comidas para llevar dónde ofrecerán nuestros envases sostenibles como opción alternativa al plástico de un solo uso.

Para hacer llegar nuestro producto comprado online a nuestros clientes, nos hemos suscrito a la empresa de transporte MRW, una de las mejores del mercado , conocida por sus valores diferenciales como son la fiabilidad, calidad, rapidez, innovación, capilaridad, sostenibilidad y cercanía. Con el plan business, podremos enviar nuestros 500 recipientes vendidos que hemos estimado al mes a un coste de 375€ mensuales. Este servicio funcionará de la siguiente manera: cuando un cliente realice un pedido online, nosotros procesaremos y embalaremos el pedido y cada martes y jueves pasará MRW para recoger el envío y llevarlo a su destinatario. El cliente podrá elegir en qué punto recogerlo (en la dirección deseada o en un punto de recogida MRW) y por un importe añadido, en qué rango de horario diario le viene mejor la entrega. Para los clientes extranjeros el envío supondrá un coste extra.

Para que los clientes puedan hacer seguimiento de su pedido, desde la compra nos contactaremos con él vía SMS, informando de cada movimiento que realiza el paquete.