

CANALES DE LA EMPRESA DAB.

En la economía de la empresa, un canal es el medio por el cual un proyecto conecta con sus clientes y comunica su propuesta de valor a ese segmento de clientes. Podemos definir un canal como cualquier medio a través del cual nos comunicamos con los clientes y les ofrecemos propuestas de valor.

Los canales que nuestra empresa ofrece a nuestros clientes tienen objetivos específicos. Así como, informar a los segmentos de clientes sobre los servicios de la empresa. Mostramos la propuesta de valor de lo que ofrecemos. Damos a nuestro negocio la oportunidad de evaluar y analizar esta propuesta de valor. Ofrecemos a los clientes una forma de alquilar nuestros servicios. Por último, la atención y servicio al cliente post venta. Se pueden dividir los canales en el Modelo Canvas de dos maneras, según su función y según su pertenencia a la empresa. Vamos a empezar por las diferencias respecto a su función dentro de la organización, para luego hablar de si son directos o indirectos.

Según su función:

1. **Comunicación:** se utilizan para conectar la marca con el mercado y los consumidores. Se

dan a conocer los productos o servicios, se informa sobre la propuesta de valor y se genera interés alrededor de la empresa. También son la mejor manera de ofrecer atención al cliente y servicios postventa.

2. **Distribución:** A través de esta se hace llegar los productos y servicios al mercado. No tiene

porque ser un cliente y usuario final, sino también una tienda u otra red de distribución diferente.

3. **Ventas:** El objetivo principal es promover las ventas y proporcionar el máximo conocimiento sobre el producto o servicio a tus clientes. Son canales que persiguen las ventas más próximas, y pueden desarrollarse a través de muestras gratuitas, paquetes especiales o ferias y eventos promocionales.

Según su pertenencia a la empresa:

1. **Directos:** punto de contacto propio con los clientes. Por lo general, son los que más beneficios generan, ya que formarán parte de tu empresa y tendrás mayor control sobre ellos. Algunos ejemplos son:

- Página web
- Presencia en redes sociales
- Red de tiendas abiertas al público
- Personal comercial
- Fuerza de ventas
- Proyectos de promoción

2.Indirectos: se necesita un intermediario, partners o terceras partes ayudan a conectar tu producto o servicio con el cliente. Habrá un menor control sobre ellos y necesitarás llegar a un acuerdo de distribución de las ganancias entre los diferentes intermediarios. Algunos de estos canales son:

- Sitios web de terceros
- Redes de ventas de terceros
- Espacios de ventas al por mayor
- Tiendas multimarca
- Medios de difusión y comunicación



Respecto a nuestra empresa:

Debido a que nuestro negocio va dirigido a personas de la tercera edad hemos optado por usar lo menos posible las redes sociales para que nuestros clientes tengan más alcanzable y visible nuestra propuesta de valor. Para ello, pondremos paneles de anuncios por residencias, hospitales, cafeterías de la ciudad, repartiremos folletos por la calle etc.

El primer mes de lanzamiento contactaremos con los medios de comunicación para que nos patrocinen la empresa y de este modo llegar a todas las casas. Contaremos con la ayuda de radios, televisiones, periódicos etc.

Para que los familiares estén informados en todo momento, a través de instagram, tik tok, facebook... se publicaran los días de las actividades(fecha y lugar) y los servicios que ofrecemos.

Además, tendremos una página web en la que toda la información necesaria estará publicada y actualizada diariamente por nuestros trabajadores.

En caso de más información, dudas etc, se nos podrá escribir al email, se podrá solicitar una llamada telefónica o se nos podrá mandar un mensaje directo vía Instagram que será respondido inmediatamente.

