

BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

Gure produktua edo zerbitzua helearazteko gure proiektua kanalen bitartez merkatu-segmentuetara iristea behar dugu. Horretarako komunikazio-kanalak, banaketa-kanalak eta salmenta kanalak kontuan hartu ditugu.

Alde batetik, gure produkturako erabiliko dugun komunikazio kanalak webgune bat eukitzea, mugikor zenaki bat kezkak izanez gero galdetu ahal izateko, sare sozialak non gure enpresaren berri guztiak agertzen diren, iragarki fisiko non kalean ikus dezakegun baita online non ordenagailu edo beste zenbait gailu elektronikotik ikus dezakeguna, posta elektronikoko marketinga non gendeari haien posta elektronikora heltzen zaion....

Beste aldetik, gure banaketa-kanala motza da, hau da, erabiltzen ditugun bitartekariak gutxi direlako. Honek esan nahi du gure produktua bezeroari heldu baino lehen hainbat bitartekari edo eraginlari ditugula, non bezeroari heltzearen prosezuan eragiten duena.

Bukatzeko, salmenta-kanala gure kasuan ez da zuzena, izan ere, badiugulako hainbat bitartekari bezeroari produktua edo zerbitzua eskaini baino lehen.

Lehen aipatutako kanalak bezeroarekiko harreman-guneak dira eta bost fasez osatuta daude, pertzepzioa, ebaluazioa, erosketa, entrega eta salmenta ondorengoa.