

canales

En primer lugar, el **canal de distribución** será **directo (local de venta al por menor)**:

Nuestro negocio será una cafetería y por ello seremos nosotros los que demos los productos y servicios directamente. Esto se refiere a que venderemos los productos a los consumidores finales, en vez de utilizar intermediarios que los distribuyan. Nos parece la mejor opción para conectar con el cliente, sus necesidades e intereses.



En cuanto al **canal de venta** correspondiente, serán, principalmente, **ventas en el local**, es decir, se llevarán a cabo en la tienda física:

El canal principal donde los clientes visitan el establecimiento para comprar café, bebidas y alimentos. Esto puede incluir asientos para consumir en el lugar o servicios para llevar.

Con ello, mantendremos el contacto constante con la clientela, atendiendo a sus necesidades e intereses de una forma mucho más personal y cercana. Algo muy positivo porque en nuestra cafetería buscamos principalmente crear un ambiente familiar y establecer una relación cercana y de buen trato con los clientes.

Por otro lado, también ofreceremos:

- **Programas de Lealtad y Tarjetas de Regalo:**

- Programas de lealtad: Ofreceremos tarjetas de lealtad para incentivar a los clientes a volver y realizar compras frecuentes. Estas pueden ser tarjetas con puntos acumulativos, de rasca y gana, de ofertas 2X1, etc.

- Tarjetas de regalo: Se refiere a la venta de tarjetas de regalo que los clientes pueden regalar o usar para futuras compras. Esto servirá, al igual que las tarjetas de lealtad, principalmente en la compra de los productos caninos, pero también para disfrutar de las distintas actividades que se ofrezcan con los canes.

- **Redes Sociales y Marketing Digital:**

- Ventas a través de redes sociales: Utilizaremos redes sociales (Instagram, twitter, pinterest, etc) para promocionar productos, interactuar con clientes y, en algunos casos, permitir pedidos directos.

Por último, nuestro **canales de comunicación** serán varios:

- **Redes Sociales:** Utilizaremos plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok para compartir fotos de bebidas, alimentos, eventos especiales, promociones, noticias de la cafetería y para interactuar con los clientes a través de comentarios y mensajes directos.
- **Página Web:** El sitio web de la cafetería será fundamental para mostrar nuestro menú, horarios, ubicación, información sobre eventos especiales, reservas de eventos (cumpleaños, etc.), y para compartir detalles sobre la historia y valores de la cafetería. Además, es una herramienta básica que todo local debería tener hoy en día, ya que, es a donde acude la clientela si quiere buscar algo, aunque cada vez más personas utilicen las redes sociales, sigue siendo la primera opción.

- **Publicidad Local:** Anuncios en periódicos locales, reparto de flyers y colaboraciones con otros negocios locales pueden ayudar a aumentar la visibilidad de la cafetería.
- **Opiniones y Reseñas:** Otra herramienta muy valiosa para acercarnos al cliente, lo llevaremos a cabo en plataformas como Google My Business u otros sitios de reseñas son importantes para gestionar la reputación en línea y fomentar reseñas positivas de clientes satisfechos.
- **Mensajes en el Punto de Venta:** Utilizar pizarras, carteles, folletos o pantallas digitales en el local para mostrar menús, ofertas especiales, información sobre ingredientes, historias de café. También dispondremos de una caja de opiniones, en las que los clientes podrán insertar las quejas, sugerencias o reseñas de manera personal. Esto hará que el cliente sea consciente de lo importante que es para nuestro negocio, tanto él cómo su opinión, intereses y necesidades.

