

En este apartado se describe cómo se comunica vuestra empresa y alcanza a sus segmentos de mercado para hacerles llegar vuestra propuesta de valor.

En todos los casos son puntos de contacto con el cliente que determinan las 5 fases distintivas de las que se compone un canal: la percepción, la evaluación, la compra, la entrega y la postventa.

- La percepción: En nuestro negocio podemos contar con unas gafas virtuales que te hacen ver el lugar de vacaciones al que te gustaría ir.
- La evaluación: Por correo electrónico.
- La compra: Por internet y en tienda física.
- La entrega: a domicilio o en tienda.
- La postventa: por correo o en tienda

Los canales pueden clasificarse de dos formas, principalmente:

Canales directos, o sin intermediarios, basados en una fuerza de ventas propia (comerciales, ventas por Internet, etc.)

Canales indirectos, que son las tiendas propias o asociadas y los mayoristas que surten a dichas tiendas.

Otra forma de clasificar los canales sería diferenciando entre canales propios y asociados (establecimientos asociados que venden sus productos).