

Canales

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

1. Publicidad tradicional:

- Anuncios en televisión, radio, prensa escrita y vallas publicitarias.
- Folletos y material impreso distribuidos en puntos estratégicos.

2. Marketing digital

- Sitio web corporativo.
- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).
- Publicidad en línea a través de Google AdWords u otras plataformas.
- Correo electrónico marketing.

3. Relaciones públicas:

- Comunicados de prensa.
- Participación en eventos y conferencias.
- Colaboraciones con influencers y líderes de opinión.

4. Ventas directas:

- Equipos de ventas internos y externos.
- Tiendas físicas y puntos de venta.
- Venta en línea a través de un sitio web de comercio electrónico.

5. Canales de distribución:

- Alianzas con minoristas y distribuidores.
- Franquicias.
- Asociaciones estratégicas.

6. Servicio al cliente:

- Línea telefónica de atención al cliente.
- Chat en vivo en el sitio web.
- Plataformas de servicio al cliente en redes sociales.

7. Eventos y patrocinios:

- Participación en ferias comerciales.
- Organización o patrocinio de eventos locales o sectoriales.
- Colaboraciones con organizaciones benéficas o sin fines de lucro.

8. Canales de retroalimentación:

- Encuestas a clientes.
- Revisiones en línea y testimonios.
- Formularios de contacto y buzones de sugerencias.

