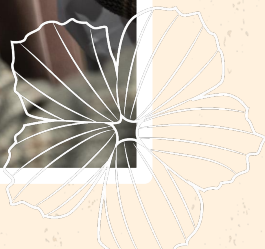


VINTAGE  STYLE
EL VINTAGE HA VUELTO



CANALES

Samuel Campos Álvarez
Raquel Sainz Dopico
Adrián Barajas García



CANALES

En este apartado se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor. Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes, Los canales tienen las siguientes funciones:

- **Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa**
- **Ayudar a los clientes a calificar la propuesta de valor de una empresa**
- **Permitir que los clientes compren productos y servicios específicos**
- **Proporcionar a los clientes una propuesta de valor**
- **Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa**





CANALES



En el apartado de canales nuestra empresa ofrecemos los siguientes apartados:

- ❖ **Tienda propia:** Esta tienda se debería ubicar en área de alto tráfico o en zonas específicas donde se concentre el público objetivo.

- ❖ **Sitio web de comercio electrónico:** Crear y gestionar un sitio web de comercio electrónico permite a la empresa llegar a clientes en todo el mundo. La plataforma debe contar imágenes de alta calidad y descripciones detalladas de los productos, tallas, estado y precio.

- **Redes sociales:** Utilizar redes sociales como Instagram, Facebook o TikTok para promocionar productos, interactuar con clientes y dirigir tráfico al sitio web de la empresa.



CANALES



- **Tiendas de moda convencionales:** Establecer acuerdos con tiendas de moda convencionales para incluir secciones de ropa usada o colaborar en eventos de moda.
- **Asociaciones con organizaciones benéficas:** hacer partícipes a estas asociaciones de nuestro negocio.
- **Ferias y mercados:** Participar en ferias locales, mercados de segunda mano o eventos sostenibles para llegar a clientes que prefieren experiencias de compra físicas y locales.