

CANALES

Canales de venta y distribución:

La venta de nuestro producto se dirigirá en una primera fase hacia:

- **La venta en** farmacias, parafarmacias y cualquier otro establecimiento con permisos sanitarios para su comercialización, en Asturias y posteriormente en el resto de España esto deberá ir acompañado de una gran campaña de marketing con el objetivo de dar a conocer nuestro innovador, fácil y económico modo de detectar el gluten en las comidas, sobre todo fuera de casa.
- **Venta ON-LINE a través de nuestra página web**, ofreciendo distintos formatos y capacidades de nuestras pruebas diagnósticas. La distribución se llevará a cabo a través de contratos con empresas de transporte con las que firmaremos los correspondientes contratos de servicio.

En la segunda fase y siguiendo la misma estructura:

- Lanzar nuestro producto al **mercado europeo**.

Canales de comunicación:

- **Publicidad:**
 - A través de **redes sociales** (página web, twitter, facebook, instagram)
 - **Anuncios** en periódicos locales (el Comercio, la Nueva España)
 - **Televisión** local (TPA)
 - Entrevistas en **radio** (RPA)
 - **Charlas** por colegios
 - **Conferencias** en eventos relacionados con la salud, por la región dando a conocer nuestro producto
 - **Buzoneo**, se ha demostrado que es de los medios más rápidos, económicos y efectivos de dar a conocer a los potenciales clientes nuestro producto
 - Publicidad en **mupis**
 - Acudiremos a ferias de salud, vendiendo nuestro producto en este tipo de eventos, donde podamos interactuar directamente con pacientes, cuidadores y profesionales de la salud.

- **Atención al cliente a través de la página web de nuestra empresa**, para mejorar la relación con el cliente, nuestra calidad en la asistencia con los clientes y la calidad del producto.

En dicha página los usuarios encontrarán información detallada sobre quiénes somos, descripción detallada del producto que vendemos, junto con las especificaciones respecto a su composición y uso.

Además contará con apartados para:

- Las compras del producto.
- Los modos de contacto con la empresa.
- Opiniones y sugerencias de los clientes acerca de nuestro producto y servicio.
- Apartado con información sobre establecimientos especializados en productos sin gluten , como restaurantes, panaderías, heladerías...

- **Servicio post-venta** que nos permita fidelizar a nuestros clientes, a través de bonos por compras reiteradas, descuentos , tarjetas de fidelidad o correos electrónicos.

- **Correo electrónico:** a disposición de nuestros clientes y como método directo de contactar con ellos para comunicaciones formales, compartir actualizaciones internas y externas y remitir información crucial acerca de nuestro producto y cualquier otra información de su interés.