

## CANALES

Es una distribución indirecta, ya que las maquinas pasan por nuestro almacén antes de que realicen la compra y se lo entreguemos a los clientes finales. El envío lo haremos con una empresa ajena a la nuestra, ya que no tenemos los recursos suficientes para llevarlo nosotros mismos a cabo. Para una empresa como la nuestra, la estrategia de estructuración del canal en cuanto al nivel de relación con los intermediarios más adecuada sería una estructura vertical. La decisión la tomamos por la complejidad técnica de nuestro producto, por lo que creemos que una relación cercana con los intermediarios facilita la comprensión, promoción y soporte técnico necesario para nuestros contenedores.

En cuanto a los canales de comunicación con los intermediarios y consumidores finales, utilizamos una estrategia mixta, ya que la estrategia push nos sirve para comunicarnos con los intermediarios, para poder destacar las características técnicas y beneficios que tiene nuestro contenedor, mientras que con la estrategia pull, nos dirigimos a los consumidores finales generando demanda creando campañas de marketing que resaltan la convivencia y la eficiencia de nuestro producto.

Por último, la estrategia de cobertura de mercado que nosotros utilizamos es la distribución selectiva. Ya que cuidamos mucho los intermediarios que tenemos para asegurarnos la presencia en ubicaciones claves. Además, este tipo de distribución permite que estemos seguros de que la imagen de la marca y la calidad del servicio es la mejor posible, esto es un aspecto super importante para nuestra empresa.

