

CANALES

Una vez determinados los segmentos de clientes de nuestra empresa, y cuál va a ser la propuesta de valor que ofrecemos a cada uno de ellos, debemos dar un paso más en la confección de nuestro modelo de negocio.

Para ello debemos reflexionar sobre la manera en la que nuestros productos van a llegar a cada cliente. Para ello recurrimos a los canales.

Los canales de nuestra empresa de bisutería se refieren a las diferentes vías a través de las cuales distribuimos y vendemos nuestras joyas. Estos canales son:

1. Venta al por mayor:

- Distribución de productos a minoristas y tiendas especializadas.
- Participación en ferias comerciales y eventos de la industria para establecer contactos con posibles minoristas.

2. Venta al por menor:

Contamos con una tienda física propia situada en la ciudad de Logroño y aspiramos a la apertura de más.

- Tiendas en línea: Venta de productos a través de una plataforma de comercio electrónico propia o a través de mercados en línea.

3. Colaboraciones con minoristas:

- Establecer acuerdos con minoristas de moda (“TheAntiBrand”), boutiques y grandes almacenes para vender productos de bisutería en sus tiendas.

4. Mercados en línea:

- Utilización de plataformas de comercio electrónico como Etsy, Amazon Handmade o eBay para llegar a un público más amplio.

5. Redes sociales y venta directa:

- Uso de plataformas de redes sociales para promocionar y vender productos directamente a los consumidores.

- Participación en eventos de venta directa, como ferias artesanales y eventos solidarios, dada nuestra naturaleza de proyecto social.

6. Alianzas con influencers y otras empresas:

- Colaboraciones con influencers de moda y belleza para promocionar y vender productos de bisutería. Asimismo, tenemos una alianza estratégica con “TheAntiBrand”

7. Programas de afiliados:

- Establecimiento de programas de afiliados para permitir que otros sitios web y bloggers promocionen los productos y reciban comisiones por las ventas generadas a través de sus enlaces.

8. Exportación e internacionalización:

- Explorar oportunidades para exportar productos de bisutería a mercados internacionales.

La combinación de estos canales dependerá de la estrategia de negocio específica de la empresa, el mercado objetivo y otros factores. Es importante adaptar la estrategia de distribución a las necesidades y preferencias de los clientes, así como a las tendencias del mercado de la bisutería.