

Canales de distribución y comunicaciones



**Sabor de
Temporada**



Canales de distribución y comunicaciones

“Sabor de Temporada” emerge en el mercado de La Rioja como una empresa comprometida con la distribución de alimentos ecológicos y de temporada. Para hacer llegar nuestro mensaje de sostenibilidad y nutrición consciente a los clientes, la empresa ha trazado una estrategia que abarca tanto los canales de distribución como los de comunicación.

1. Canales de comunicación

- **Redes sociales**

Nuestra empresa utilizará activamente plataformas de redes sociales para compartir contenido relacionado con la sostenibilidad, recetas saludables, promociones especiales y productos disponibles para las cestas. Esto fomenta la participación del cliente y la formación de una comunidad en línea. Las redes sociales utilizadas para este tipo de comunicación con el cliente serán Twitter, Instagram y Facebook.

- **Página web**

“Sabor de Temporada” contará con una página web en la que se publicarán posts con los nuevos productos disponibles en cada época del año, promociones, anuncios y recetas acordes con los productos que se ofrezcan. Esta web no sólo sirve como catálogo y canal de noticias, sino también como portal para hacer pedidos online. Para nosotros este canal es uno de los más importantes ya que hoy en día la presencia online es clave, y para muchos de los clientes este servicio es imprescindible.

- **Correo electrónico**

Dispondremos de un e-mail corporativo de atención al cliente para atender reclamaciones, dudas, compras y sugerencias. Cada socio de “Sabor de Temporada” dispone de uno, pero habrá uno específico para dar soporte y atención a nuestros clientes actuales y en potencia. Este e-mail de atención debe estar visible en canales publicitarios, tales como nuestra página web, redes sociales, flyers u otro tipo de anuncios.

- **Teléfono**

La comunicación telefónica sigue siendo muy importante en nuestros días. Hay muchos clientes que prefieren este medio para comunicarse y desde “Sabor de Temporada” lo sabemos. Es por esto que todos los integrantes de la empresa contarán con un número de teléfono móvil corporativo para la comunicación interna y la comunicación con clientes y proveedores. Para la atención al cliente dispondremos de un teléfono fijo en el almacén, cuyo número será visible en nuestra página web y redes sociales, así como en flyers u otros canales publicitarios. Este teléfono será principalmente para recoger pedidos, aunque también está disponible para gestionar devoluciones, quejas o sugerencias de clientes.

- **Boca a boca**

Al ser una empresa de ámbito regional enfocada a un mercado muy específico, desde el equipo de “Sabor de Temporada” somos conscientes de la importancia de la publicidad que nos hagan nuestros propios clientes. Por esto, nuestra mayor prioridad es dar un servicio genuino y ofrecer productos excelentes para que nuestros clientes estén satisfechos.

- **Otros**

Creemos que los canales de comunicación definidos en los apartados anteriores son más que suficiente para que nuestro negocio empiece a funcionar, dado que los medios que hemos elegido no tienen coste o son muy baratos. Una vez que empecemos a generar ingresos y a blindar nuestra comunidad de clientes, nos plantearemos la posibilidad de abrirnos a canales comunicativos más ambiciosos. Por ejemplo: anuncios en el periódico, vallas publicitarias, cartelería o flyers.

2. Canales de distribución

- Almacén

Nuestro punto de venta principal será nuestro almacén. En éste, además de guardar la mercancía y empaquetar los pedidos, también se atenderá al público por teléfono y presencial. Los clientes pueden recoger los pedidos directamente en el almacén y ahorrarse los costes de envío a domicilio.

Desde el almacén se recogen los pedidos realizados por teléfono, vía web o presencial, y se planifican y organizan los envíos.

Los envíos de cestas a domicilio serán gestionados por una empresa externa.

- Página web

Un medio primordial para llegar a nuestros clientes. Es importante tener un diseño intuitivo para facilitar a los clientes el acceso a nuestros productos y servicios. Desde aquí se podrán realizar compras y pedidos, tanto a domicilio como para recoger en el local. Los pedidos realizados por la web serán gestionados desde el almacén.

- Eventos y ferias

Es primordial estar al tanto de las ferias de empresarios o festividades locales en las que conseguir un stand publicitario. Desde estos mostradores a pie de calle se podrán realizar ventas directas o captar la atención de posibles clientes. Eventos como el “logroStock” en Logroño son prioritarias para promocionar y vender nuestros servicios.