

KANALAK

Bezeroengana nahi duten moduan iristeko kanalen konbinazio zuzena aurkitzea funtsezkoa da balio-proposamen bat merkatura eramateko eta arrakasta lortzeko. Kanalen bitartez lortzen dugu gure negozio ideia merkatu-segmentuetara iristea, gure balio-proposamena aurkezteko.

- Kanalaren artean hiru puntu bereiz ditzakegu:
 - Komunikazio kanala: Kanal honen helburua mezuak argi eta eraginkortasunez bidaltzea da. Baliabide hauek erabiltzen ditu posta elektronikoa, sare sozialak, telefono-deiak, webgunea, publizitatea... bezeroekin komunikatzeko.
 - Banaketa kanala: enpresak bere produktuak edo zerbitzuak fabrikatik edo jatorrizko puntutik azken kontsumitzailearengana helarazteko egiten dituen ibilbideak dira.
 - Salmenta kanala: Enpresa batek bezeroekin salmentak egiteko erabiltzen duen kanala da. Kanala zuzena edo zeharkakoa izan daiteke. Salmenta-kanalen adibideak: lineako salmentak, denda fisikoak, telefono-salmentak, salmenta-agentek eta abar.
- Bezeroarekiko harreman-guneak dira kanalak, eta bost fasez osatuta daude:
 - Pertzepzioa
 - Ebaluazioa
 - Erosketa
 - Entrega
 - Salmenta ondorengoa