

Banaketa eta Komunikazio Kanalak

Produktua helarazteko marketing taktika desberdinez baliatuko gara. Hala nola, **publizitate kanpaina** ezberdinak antolatuz, hau da, iragarkiak edo kolaborazioak influentzer desberdinen bitartez. Izan ere, azken urteotan nabaria izan da gazteek erosten dituzten produktu edo zerbitzuak ikusten dituzten influentzerren kritiken arabera izaten direla. Hauen eragina mundu digital honetan pisutsua delako.



Nahi eta eskaeren arabera, bi kanal mota bereizi ditugu. Alde batetik, **komunikazio-kanala** gure hornitzaile eta marketing kanpainako kideekin komunikatu egin behar garelako. Hau deien eta korreo elektroniko bidez izan daiteke. Beste aldetik, **banaketa-kanala** guk beste lurrindegia batzuei saltzen diegu gure produktua beraiek sal dezaten. Hau kamioen bitartez lortu genezake.



Produktua pertsonalki bezeroei ez saldu arren. Kamioiek handizkarietara eramaten dituzte lurrinak. Bertan, merkatalgo txikiek perfumea erosten dute. Esklusibitatea mantentzeko ezarritako pauta batzuen arabera eskeini egingo genieke **denda zehatz** batzuei.

