

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Los canales de distribución son los mecanismos que utiliza una empresa para llevar productos al consumidor final, que pueden ser directos (ventas propias mediante tienda propia o ventas online), indirectas (intermediarios como distribuidores, mayoristas o minoristas). Por otro lado están los canales de comunicación que permiten transmitir información sobre la marca o producto al público objetivo utilizando marketing directo, relaciones públicas o publicidad.

Ambos son complementarios ya que una comunicación efectiva puede potenciar las ventas que se han llegado a generar a través de los canales de distribución nombrados anteriormente. Algunas de las diferencias que se podrían mencionar sobre los canales de distribución y de comunicación puede ser su propósito, el canal de distribución su propósito es el de llevar el producto o servicio (en nuestro caso servicio) al cliente y el canal de comunicación sería informar o generar interés en el cliente.

¿Cómo vamos a hacer para que nuestro producto o servicio llegue a nuestros clientes?

Para que un servicio llegue bien a nuestros clientes, es muy importante implementar estrategias que integren marketing, comunicación y distribución. Lo primero que podemos hacer es definir el mercado objetivo y sus características para así centrarnos en un tipo de grupo de clientes, también podemos establecer canales de distribución efectivos utilizando plataformas online y locales. Otra opción puede ser emplear la comunicación a través de publicidad digital y redes sociales, además se puede fomentar el boca a boca con una experiencia excepcional. También estaría bien ofrecer promociones iniciales y pruebas gratuitas facilitando a dichos clientes el acceso al servicio, se puede buscar alianzas estratégicas y recoger retroalimentación mediante encuestas para perfeccionar tanto posibles ofertas como posibles nuevos servicios.