

Los canales son fundamentales para conectar con nuestros clientes y entregarles nuestra propuesta de valor. Los canales son las vías a través de las cuales nuestro producto llegará a nuestros clientes y pueden ser físicos o digitales. Esta elección de los canales es crucial para alcanzar los segmentos de mercado deseados y asegurar que la propuesta de valor sea efectiva.

Hablando del canal de comunicación, podríamos tener como opción, alguna página web por la que la gente pueda entrar a ella a conseguir información, en esa página web tendrá la información necesaria como para saber en qué ámbito nos movemos.

También tendremos un correo electrónico que se podrá obtener desde la web el que estará disponible para cualquier persona en cualquier momento. Por último, como última opción podemos hacer alguna reunión o charlas para informar a los clientes interesados sobre nuestro proyecto, las podremos dar tanto en residencias como simplemente poner un anuncio en el periodico o donde sea y convocarlas



Con el canal de distribución conseguiremos que nuestro producto llegue físicamente al cliente. Podremos consultar a agentes inmobiliarios que nos ayuden a que los clientes puedan contactar con nosotros.

Los agentes inmobiliarios por lo general tienen experiencia en el mercado y nos pueden promocionar tácticas sobre el asesoramiento, precios y negociaciones.

Por otra parte, las redes sociales como Facebook o Instagram pueden promocionar nuestros productos y alcanzar audiencias específicas lo que puede ser muy efectivo para atraer compradores interesados.

El proceso del canal de distribución es bastante sencillo; primero el vendedor prepara la propiedad para su venta creando un anuncio atractivo con fotos o información. Además, se puede utilizar diferentes canales para promocionar y generar interés.

Después, los compradores realizan visitas a la propiedad y es aquí donde el agente juega un papel crucial al organizar citas y guiar a los interesados. Una vez un cliente está interesado se inicia el proceso de negociación del precio y términos de venta; esto suele ser facilitado por el agente inmobiliario. Finalmente, se llega al cierre del trato donde se firman los documentos necesarios y se realiza el pago correspondiente.

Por último, el canal de venta se comercializan y se venden las casas no solo incluye métodos utilizados para promover nuestro producto sino que también es importante cómo se lleva a cabo la interacción entre nosotros, los vendedores, y compradores a lo largo de todo el proceso.

Los canales también se componen de cinco fases esenciales que representan el viaje del cliente desde el primer contacto hasta la postventa. El primero sería la perfección donde nuestro cliente se da cuenta de nuestro producto a través de los canales de distribución implementados.

Después, la evaluación consiste en que el cliente comienza a evaluar nuestro producto en comparación a otros productos en el mercado actual. Es importante promocionar información clara y convincente sobre nuestra propuesta de valor.

Luego, la fase de la compra es donde se realiza la compra y es esencial que el proceso sea fácil y fluido con opciones claras para finalizar la transacción con éxito. La entrega se realiza después de la compra y se debe asegurar que el producto llega al cliente en las condiciones prometidas y dentro del tiempo establecido donde la logística juega un papel fundamental.

Finalmente, llega a la fase de la posventa donde es clave mantener una buena relación con el cliente. Incluye aspectos como atención al cliente y soporte técnico. Una buena experiencia postventa puede convertir a un cliente en un defensor leal de nuestra marca.

