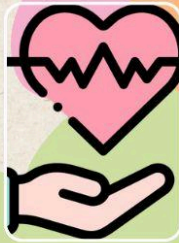


CANALES

PÁGINA WEB

Con videos informativos para resolver las frecuentes preguntas de los clientes y educarlos sobre nuestros alimentos. Contiene seccion de preguntas con respuesta rapida disponible 24horas



REDES SOCIALES

para hacer publicidad e informar de ofertas o nuevos lanzamientos. A través de los comentarios pueden compartir sus opiniones, preferencias... para conocerlas y tenerlas en cuenta

MODELOS DE NEGOCIO

modelo B2C (vendemos los productos al consumidor final a través de nuestros canales) y B2B (vender nuestros productos al por mayor) para expandir nuestra empresa y aumentar consumidores



CANAL FÍSICO

Nuestras tiendas físicas, puntos de venta, máquinas expendedoras ofrecen al cliente una atención directa. Pueden hacer preguntas y obtener recomendaciones, así nuestros clientes se sienten valorados y escuchados

CANALES DIGITALES

Número de teléfono y correo electrónico específico que aparecerán en nuestras máquinas y en la página web. A través de ellos los clientes pueden consultar sus dudas.



CANALES

¿QUÉ SON LOS CANALES?

Los canales son los medios por los que una empresa proporciona su propuesta de valor a sus consumidores y se comunica con ellos.

NUESTROS CANALES

En el mundo actual, donde la competencia en el mercado cada vez es más elevada y los consumidores se vuelven cada vez más exigentes con los productos que desean adquirir, los canales de distribución juegan un papel crucial para el éxito de cualquier empresa. Esto es especialmente importante en el sector de la comida saludable, en el cual se necesita estar constantemente en contacto con los clientes para resolver sus dudas, como aquellas relacionadas con los ingredientes, sus intolerancias alimentarias o la especialización de los alimentos que ofrecemos. Un claro ejemplo de eso son nuestros productos, como los batidos proteicos y las barritas energéticas sin azúcares añadidos, sin colorantes ni conservantes.

Los canales no solo facilitan la venta de productos, sino que también son esenciales para mantener la relación con los clientes. Este contacto nos permite mejorar la experiencia del cliente, promocionar nuevos productos y nos asegura que nuestros clientes han recibido sus pedidos de manera eficiente y rápida. Por lo tanto podemos definir un canal como cualquier elemento para mantener el contacto entre nuestra empresa y el cliente, incluyendo todas las interacciones que utilizan los consumidores para acceder a nuestros productos o servicios, ya sea a través de la página web, preguntando a nuestros socios clave o a nosotros mismos, en todas las maneras posibles el cliente conseguirá una atención personalizada y satisfactoria mediante la cual intentaremos resolver todas sus inquietudes.

Dentro de nuestro negocio utilizamos diversos canales, tanto nuestros propios canales como los de nuestros socios comerciales para llevar nuestra propuesta de valor a nuestros clientes. Los canales propios son aquellos que gestionamos directamente, como nuestra página web, las redes sociales, y otros puntos de información donde los clientes pueden obtener recomendaciones e información directa nuestra. A través de estos canales, los clientes pueden aprender más sobre nuestros productos, ver videos explicativos que resuelvan dudas comunes, y ponerse en contacto con nosotros en caso de necesitar más detalles. De esta forma, buscamos que la experiencia del cliente sea la más satisfactoria posible y que encuentre todas las respuestas que necesita sin complicaciones.

En nuestra página web, los clientes podrán acceder a diferentes videos informáticos que describen nuestros productos y el proceso de producción de los batidos y barritas. Esto no solo resuelve las preguntas más frecuentes, sino que también educa a nuestros consumidores sobre la importancia de consumir alimentos saludables. Además, hemos destinado una sección donde los clientes podrán recibir respuesta rápida a sus inquietudes. Este servicio está disponible las 24 horas del día, lo que nos permite ofrecer atención continuada, incluso fuera del horario laboral, adaptados a las necesidades de nuestros clientes.

Además, de la página web, también utilizamos redes sociales como Tik Tok e Instagram para hacer publicidad de nuestros productos y mantener a nuestros seguidores informados sobre nuevas ofertas o lanzamientos de productos. Las redes sociales no solo sirven como canal de promoción, sino también como herramienta de valoración directa. A través de los comentarios y mensajes directos, los clientes pueden compartir sus opiniones, sugerencias o preguntas, lo que nos permite conocer mejor sus preferencias y adaptarnos a ellas. Esto también nos ayuda a mejorar nuestros productos y servicios de manera constante, lo que a su vez aumenta la satisfacción en los clientes.

En cuanto a los modelos de negocio, nuestra empresa utiliza principalmente dos tipos: el modelo B2C (Business to Consumer) y el modelo B2B (Business to Business). El modelo B2C es aquel en el que vendemos nuestros productos directamente al consumidor final, a través de nuestros canales online y físicos. Este modelo es el que nos permite interactuar directamente con nuestros clientes y ofrecerles productos especializados. Por otro lado, el modelo B2B se centra en vender nuestros productos al por mayor, a empresas como cadenas de supermercados o gimnasios, sin la opción de venta directa al público. A través de ese modelo, podemos expandir nuestra empresa en el mercado y llegar a un mayor número de consumidores, lo que genera constantes ventas y mayores beneficios.

Uno de los canales más importantes para nosotros es el canal físico, ya que creemos que es el medio más recomendado para mantener un contacto cercano y personalizado con nuestros clientes. En nuestras tiendas físicas o en los puntos de venta, como las máquinas expendedoras situadas en los gimnasios, los clientes pueden recibir atención directa, hacer preguntas sobre los productos y obtener recomendaciones personalizadas. Este tipo de interacción es clave para que nuestros clientes se sientan valorados y escuchados, lo que aumenta la fidelidad hacia Sashake y que los clientes confíen en nosotros para seguir consumiendo nuestros productos.

Además de nuestros canales físicos, hemos puesto a disposición de los digitales canales digitales para facilitar la comunicación con los clientes. Estos incluyen un número de teléfono y un correo electrónico específico, que serán anunciados tanto en nuestras máquinas expendedoras como en nuestra página web. A través de esos medios, los clientes podrán hacer preguntas, expresar dudas o resolver cualquier problema que les surja de manera rápida y efectiva. El equipo de Sashake, está siempre disponible para proporcionar respuestas inmediatas y garantizar que los clientes reciban la atención que se merecen.

En conclusión, los canales son esencial para el éxito Sashake, ya que no permiten mantener un comunicación constante con los clientes, resolver sus dudas y asegurar que reciban nuestros productos de manera eficiente. Al combinar canales físicos, digitales y el uso de modelos de negocio B2C y B2B, podemos ofrecer una experiencia que satisface las necesidades de los clientes y refuerza su lealtad hacia Sashake. La clave para el éxito se basa en escuchar nuestros consumidores, adaptarnos a sus preferencias y ofrecerles la mejor atención cada vez que contacten con nosotros.