

5. CANALES

Los canales hacen referencia a cómo se comunica la empresa y alcanza a sus segmentos de mercado para hacerles llegar la propuesta de valor.

- **Identificad los canales de distribución que utilizaréis (por ejemplo: tiendas físicas, comercio electrónico, distribuidores). Teniendo en cuenta esto, ¿seréis mayoristas o minoristas?**

- Tiendas especializadas
- Empresas de mantenimiento y servicios integrados
- Eventos y ferias comerciales
- Redes sociales

- **Explicad cómo llegaréis a vuestro público objetivo a través de los canales seleccionados (marketing digital, redes sociales, ferias, etc.)**

- **Tiendas especializadas:**

Tiendas deportivas, tiendas de productos de fontanería o establecimientos en productos de hogar como, por ejemplo.

- **Empresas de mantenimiento y servicios integrados:**

Asociarnos a una empresa que ofrezcan servicios de mantenimiento de instalaciones domésticas o industriales para incluir los filtros como parte de su catálogo.

- **Eventos y ferias comerciales:**

Participar en ferias de distribución de mayoristas, exposiciones de tratamiento de agua o sostenibilidad, donde se pueden concretar ventas con compradores especializados o distribuidores potenciales.

- **Redes sociales:**

Nos venderemos con redes sociales como Instagram, Facebook y Tik Tok.

Tendremos un correo activo para cualquier compra, duda o defecto del producto.

Un teléfono de contacto para aclarar cualquier duda de nuestros clientes o para realizar una compra, este número de contacto estará de 8:00 a.m. hasta las 20:00 p.m. sin interrupción.