

CANALES

Objetivo

Determinar cómo la empresa se comunica con los clientes, vende sus productos o servicios y entrega su propuesta de valor de forma eficaz.

Canales de Comunicación

Cómo la empresa informa y se relaciona con sus clientes.

- Redes sociales: Instagram, Facebook, TikTok... para promociones y novedades.
- Correo electrónico / newsletters: para enviar ofertas y noticias.
- Página web o blog: información sobre productos, contacto y servicios.

Canales de Atención al Cliente

Cómo se atienden dudas, reclamaciones o consultas.

- Teléfono o correo de contacto: atención directa y personalizada.
- Comunidades online / grupos de usuarios: interacción entre clientes (WhatsApp, Facebook...).
- Chat en web o redes sociales: respuesta rápida a consultas.

Canales de Distribución

Cómo llegan los productos o servicios al cliente.

- Venta online: a través de página web o tienda virtual.
- Distribución física: tiendas propias, puntos de venta o envíos a domicilio.
- Empresas de logística externas: colaboración con Correos, MRW, etc.

Canales de Venta

Dónde y cómo se realiza la compra.

- Tiendas físicas o puntos de venta.
- Tienda online o plataformas digitales.
- Aplicaciones móviles: compra desde el móvil con pago integrado.

Recogida de Feedback

Cómo se obtiene la opinión del cliente para mejorar.

- Encuestas por correo o web.

- Reseñas y valoraciones online.
- Formularios o puntos de evaluación en la web o tienda.

Promoción y Publicidad

Cómo se da a conocer el producto o servicio.

- Anuncios en redes sociales o Google Ads.
- Colaboraciones con influencers o empresas afines.
- Eventos y patrocinios: ferias, talleres, actividades locales.