

5.BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK



Kanalak enpresa batek bere kontsumitzaileei balio-proposamena emateko eta haiekin komunikatzeko erabiltzen dituen bitartekoak dira. Izan ere, funtsezko puntua dira bezero berriak fidelizatzeko eta erakartzeko.

Gure produktua sentsoredun eskularruak dira, pazienteak ukitzean bizi-konstanteak neurtzen dituztenak eta datuak tablet edo monitore batera bidaltzen dituztenak. Larrialdietarako pentsatuta daude, arreta azkarra eta goiztiarra ahalbidetzen baitute. Produktu hau ospitaleetara, anbulantzietara eta larrialdietako zerbitzuetara helarazteko, hainbat kanal erabiliko ditugu: webgunea, sare sozialak, osasun-aldezkarri espezializatuak, azoka medikoak eta webinar-ak (komunikazio-kanalak); gure enpresatik zuzenean banatzea eta hornitzaile medikoekin lankidetzan aritzea (banaketa-kanalak); eta ekipo komertzial bat online salmentarekin batera (salmenta-kanalak).

Kanal hauek bezeroarekin harremanetan jartzen gaituzte bost fasetan: Pertzepzioa, bezeroek produktua lehen aldiz ikusten dutenean, gure weba, sare sozialak edo feriak erabiliz; Ebaluazioa, ospitaleek gure demoak eta azalpen teknikoak baloratzen dituztenean; Erosketa, salmenta-taldearen bidez edo online plataformaren bitartez egiten denean; Entrega, produktuaren bidalketa zuzena edo hornitzaile espezializatuarekin egindako banaketa eraginkorra; eta Salmenta ondorengoa, non bezeroei laguntza tekniko, prestakuntza eta mantentze-zerbitzua eskaintzen diegun.

Horrela, kanal guztiak elkarlanean erabiltzen ditugu gure balio-proposamena bezeroengana modu azkar eta eraginkorrean heltzeko.

BIBLIOGRAFIA:

- García,B.-Tena, D.-Bernabeu, M^a E.- López, C. (2025). Itinerario personal para la empleabilidad. TULIBRODEFP.
- STARTINNOVA plataformako material.
- <http://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- Logoa: <http://www.chatgpt.com>