

CANALES



Los canales de comunicación, distribución y venta sirven para que el producto o servicio llegue a los clientes. Como canal de comunicación, la empresa emplea 3 tipos de canales: los tradicionales, los digitales y los de autoayuda.

En cuanto a canales tradicionales, se refiere a comunicarse con el cliente por medio del teléfono, ya que hay problemas complejos que necesitan la respuesta inmediata de la IA. También el trato al cliente en talleres o en medios de atención al cliente es un canal significativo para llegar de una manera óptima a nuestros usuarios.

Los canales digitales son el correo electrónico, ideal para comunicaciones formales; el chat en vivo, que son herramientas en el sitio web para resolver dudas durante la navegación y las redes sociales como Instagram o Whatsapp, donde el cliente busca una respuesta rápida e informal.

Y por último, están los canales de autoayuda, como las secciones de FAQ, que permiten al cliente encontrar soluciones sin tener que contactar a nadie, mejor conocido como contenido educativo, que ayuda al usuario a sacar provecho del producto.

Como canal de distribución, la empresa emplea 2 tipos de canales, el canal directo y el canal indirecto. En el canal directo no hay intermediarios; la empresa controla todo el proceso, desde la fabricación hasta la entrega. Por otro lado, en el indirecto, la empresa se apoya en terceros para llegar al cliente.

La entidad contratará una empresa de China por su barata mano de obra y luego contratará una empresa de transporte para hacer llegar el producto a los talleres colaboradores donde se haría el montaje y el mantenimiento del producto.