

5.-Canales

Nuestra propuesta de valor tiene 4 apartados, en los cuales cada uno explica lo más esencial que hay que tener para nuestra empresa o en general para las empresas que van a empezar.

Diferenciarnos de la competencia

Para tener una buena propuesta de valor tenemos que destacar lo que hace diferente entre los demás competidores, tenemos que centrarnos en cómo los clientes definen nuestro valor

Definir estrategia de marketing

Para nuestra propuesta tenemos que definir nuestras estrategias de marketing y posicionamiento de nuestra propuesta en el mercado

Maximización del valor del cliente

Al ofrecer servicios que resuelvan las necesidades o problemas del cliente de manera excepcional, podremos aumentar la satisfacción del cliente, para así también generar recomendaciones positivas de boca en boca

Impulso del crecimiento empresarial

Nuestra propuesta tiene que tener un valor sólido y convincente para el éxito a largo plazo de nuestra empresa, al diferenciarnos entre los demás competidores, satisfacer las necesidades de los clientes y construir relaciones sólidas

Canales directos (Ventajas)

- Reducción de costes.
- Mayor margen de beneficio empresarial.
- Posibilidad de ejercer un mayor control sobre el proceso.
 - Facilidad para resolver incidencias.
 - Contacto directo con el consumidor.

Canales indirectos (Ventajas)

- Especialización.
- Buen soporte logístico.
 - Rapidez.
- Organización de las ventas.
- Posibilidad de ampliación de stock.