

Meyma Autos

Canales de comunicación (marketing) :

Vamos a promocionarnos de varias maneras utilizando principalmente las **redes sociales**, nuestro propósito es dar una primera impresión en la cual sea una empresa de venta de coches bastante exclusiva, pero sin llegar a ser inaccesible para un perfil medio. Con esta estrategia buscamos ofrecer un trato de cercanía y crear un pensamiento de satisfacción al cliente.

Nuestra empresa obtiene beneficios en grandes ventas, es decir, no buscamos vender mucha cantidad con un beneficio pequeño, todo lo contrario. Por eso es crucial hacernos un hueco en el mercado accesible a todo el mundo, manteniendo una imagen de alta gama. Por ejemplo: la mayoría de personas no saben a priori dónde comprar un Lamborghini o un McLaren, solo las personas introducidas en ese mundo. Vamos a buscar mediante promociones en las redes sociales crear un nombre a nuestros productos y que se den a conocer, ya que en el mercado que nos hemos introducido no hay prácticamente competencia.

Las redes sociales son un medio hoy en día que se pueden explotar y crear una publicidad muy efectiva e inicialmente muy económica, como obstáculo hay mucho contenido dentro de ellas, por lo cual tendremos que introducirnos correctamente en el sector, haciéndonos notar.

Canales de distribución:

Nuestra empresa tiene un método de distribución clásico pero para este sector efectiva, nuestros productos serán **entregados y distribuidos físicamente**. De este modo se ahorraría mucho dinero en costes de envío y distribución, ya que al ser productos tan grandes se necesitan muchos medios y materias con un coste muy alto.

Canales de venta:

Nuestro método de contacto va a ser una **página web**, así nos ahorraremos los costes de todo un concesionario. Como almacenaremos los vehículos en un almacén, tendremos un trato personal a la hora de tratar con los clientes: quedando con ellos personalmente y enseñando todos nuestros productos.

La página web irá cambiando en función a los vehículos que iremos consiguiendo, será como el menú del día de un restaurante, dando cierta presión a los clientes por si su vehículo deseado puede venderse, pudiendo forzarles un poco a realizar las compras.