



ASCENTIA

Canales

Los canales que vamos a utilizar para la transmisión del producto y el reconocimiento de diferenciación se debería ejecutar mediante una estrategia segmentada.

Iniciando con los canales de comunicación, estos artículos están dirigidos a distintos públicos, esto es, no se realizará la misma publicidad para nuestras diferentes líneas de productos. Por esta razón el marketing se dividirá dependiendo del público al que se dirige.

Se realizarán exposiciones trimestrales para que nuevas asociaciones puedan observar el funcionamiento y los efectos de nuestros productos. Asimismo, las asociaciones con las que ya colaboramos recibirán una invitación a la exposición para que el resto de asociaciones puedan tener el punto de vista real de un colaborador nuestro.

Para llegar a un público más amplio, vamos a iniciar cuentas en redes sociales y en dichas cuentas vamos a compartir contenido visual sobre funcionamiento de nuestro producto con el objetivo de dar a conocer nuestro producto. Mediante estos medios de comunicación podremos coleccionar las opiniones personales de los clientes y obtener feedback para cualquier mejora.

Siguiendo con los canales de venta, las ventas se realizarán presencialmente en la tienda o telemáticamente por nuestra página web que al igual que las redes sociales servirán como una ayuda.

Por último los canales de distribución, el producto se venderá directamente desde la empresa, esto es, no habrá intermediarios que venden este producto. Esto reducirá los costes y minimizará el riesgo de que haya problemas con Ascentia por algo externo a la empresa.