

# CANALES DE DISTRIBUCIÓN, COMUNICACIÓN y VENTA.

## Canales de comunicación

**Página Web y Plataforma Digital.** A través de la cual se realizarán captaciones de clientes y se despertará el interés. Y se puede realizar mediante lo siguiente:

Formularios de solicitud de presupuesto.

Calculadoras de costos.

Catálogos de materiales.



## Página web

Blog educativo sobre construcción sostenible.

Portafolio de obras con fotos profesionales.

Certificaciones ambientales (LEED, BREEAM, Passivhaus)

## Redes Sociales

*Instagram / Facebook:* antes y después, procesos, materiales ecológicos. Para mostrar procesos de cambio y que se vea cómo se trabaja.

*LinkedIn:* posicionamiento profesional, alianzas, artículos técnicos.

*Tik Tok:* videos de obra, tips ecologistas, comparativas energéticas. Vídeos cortos que generen enganche y curiosidad

## Email Marketing

Newsletters a clientes potenciales.

Información sobre eficiencia energética, subvenciones o nuevas tecnologías

## Publicidad Digital



Google Ads (búsquedas: “casa ecológica”, “construcción sostenible”). Y salir de las primeras páginas webs.

Facebook/Instagram anuncios realizados en base a intereses de los usuarios.

## Canales de distribución.

Canal híbrido/Mixto

Estos canales combinan elementos de los canales directos e indirectos. Es una opción que proporciona mayor flexibilidad y alcance en la distribución de los productos, pues se entiende que una misma empresa puede tener unos canales de distribución para unos productos o líneas de negocio y otros para otras líneas o productos.

Para el trato directo con clientes se usará un canal directo. Que es más cercano, y da una sensación de individualidad. Para el transporte de mercancías se utilizará un canal indirecto, que es más cómodo y fácil. El almacenamiento de productos/ mercancía se emplea un sistema de almacenamiento “just in time” que ahorrará tiempo y costes de almacenamiento.



## Canales de venta

**Venta Directa.** Equipo comercial interno que visita clientes potenciales (particulares, empresas, instituciones). Ideal para proyectos personalizados y de alto valor. De esta manera se da una atención más individualizada a cada cliente y damos una impresión de empresa cercana.

**Alianzas con Inmobiliarias y Promotores.** Ofrecer servicios como constructora especializada en proyectos sostenibles. Ser proveedor estratégico para nuevas urbanizaciones ecológicas.

**Ferias y Exposiciones de Construcción Sostenible.** En ferias y eventos los primeros años que no tienes una cartera de clientes ni te has dado a

conocer es una buena manera de consolidarse en el mercado. Se puede asistir a eventos B2B (construction fairs) o ferias ecológicas.

Generan visibilidad ante clientes, empresas y proveedores. Se ofrecerán muestras de materiales para consolidar nuestra fiabilidad y se expondrán maquetas para que se vean más o menos resultados finales.

### **Bibliografía.**

<https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/canales-de-distribucion-que-son-y-tipos-c>

Itinerario para la empleabilidad II 2025.