

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: vídeos 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.