

PASO 5 : Canales de distribución y comunicación

Proyecto: Mini huertos en botellas recicladas

1. ¿En qué consiste?

En nuestro proyecto, los canales de distribución y comunicación son las formas reales que usamos para dar a conocer y vender los mini huertos fuera del aula. Son acciones pensadas para un entorno cercano, principalmente en Bilbao y, en concreto, en zonas como Santutxu, Casco Viejo, Barakaldo...

La propuesta se basa en vender el producto de forma directa, enseñándolo en persona y entregándolo en mano, ya que es un producto pequeño, artesanal y fácil de transportar.

Vías de comunicación

La forma principal de comunicación es el contacto directo con la gente. Al enseñar los mini huertos a compañeros del instituto y a personas del barrio, hemos comprobado que despiertan curiosidad, sobre todo por el uso de botellas recicladas.

También usamos Instagram y WhatsApp. En Instagram subimos fotos reales de los mini huertos y vídeos cortos mostrando cómo quedan las botellas antes y después..

WhatsApp es el canal más importante, ya que la mayoría de personas prefieren escribir directamente para preguntar precios o quedar para recoger el producto.

Cuando salimos a vender, utilizamos carteles sencillos y etiquetas en las botellas explicando que son reutilizadas y fáciles de cuidar.

Vías de distribución

La venta se plantea principalmente en el mercado , ya que es un espacio con mucho paso de vecinos y un ambiente cercano. También se vende en eventos del instituto y mediante encargos directos de conocidos.

La entrega se hace siempre a mano, normalmente el mismo día o al día siguiente. No se realizan envíos, para evitar costes y asegurar que la planta llegue en buen estado.

Los encargos para regalos funcionan bien, sobre todo para personas que buscan algo distinto y económico.

Importancia de los canales en el proyecto

Percepción

La mayoría de personas conocen el producto al verlo en persona, por ejemplo en el mercado de Santutxu o cuando lo enseñamos en el instituto. El tamaño pequeño y el hecho de que esté hecho con botellas recicladas llama bastante la atención.

Evaluación

Antes de comprar, la gente suele preguntar si la planta necesita mucha agua o si se puede tener dentro de casa. Poder enseñarlo directamente y explicarlo en poco tiempo facilita mucho la decisión.

Compra

La compra suele ser directa. Si el precio es asequible y el producto les gusta, lo compran en el momento o lo encarga por WhatsApp.

Entrega

La entrega se hace a mano, usando un embalaje sencillo y reciclable para que la planta no se mueva.

Postventa

Algunos clientes vuelven a escribir para preguntar dudas sobre el riego o la ubicación de la planta. Esto nos ayuda a mejorar las indicaciones que damos.

Tono de marca

El tono del proyecto es cercano y sencillo, pensado para vecinos y gente del barrio. No buscamos parecer una gran empresa, sino un proyecto local, claro y accesible.

3. Diseño del flujo completo del canal

Primero damos a conocer el producto enseñándolo en persona o a través de redes sociales.

Después resolvemos dudas básicas.

Si a la persona le interesa, compra o se encarga.

Quedamos para la entrega y mantenemos el contacto por si surgen preguntas después.

Es un proceso simple, pero realista y adaptado al tamaño del proyecto.

4. Alineación de los canales con el cliente

Los canales elegidos encajan con nuestro público porque son los que se usan habitualmente en el barrio: WhatsApp, redes sociales y venta directa. Además, vender en lugares como el mercado de Santutxu genera más confianza que una venta online.

5. Justificación de las elecciones

Elegimos estos canales porque:

- no requieren una gran inversión
- permiten un trato directo con el cliente
- el producto se vende mejor al verlo en persona
- se adaptan a un proyecto pequeño y local como este

Antes de crecer, preferimos comprobar que en Bilbao hay gente real interesada en comprar este tipo de productos.

TIndicadores que tendrá en cuenta el jurado

Principales vías de comunicación:

WhatsApp, Instagram y el boca a boca entre vecinos de Santutxu y compañeros del instituto.

Principales vías de distribución:

Venta directa en el mercado de eventos del instituto y entregas en mano.