

Banaketa kanalak eta komunikazio kanalak enpresa baten marketin-estrategiaren bi elementu funtsezkoak dira. Biak elkarren osagarri dira, produktua bezeroarengana modu eraginkorrean irits dadin.

1. Banaketa Kanalak

Banaketa kanalek produktu edo zerbitzu bat ekoiztetik bezeroarengana iristeko egiten duten ibilbidea deskribatzen dute. Helburua da bezeroak produktua erraz eta modu erosoan eskuratzea.

Banaketa kanalen motak:

1. Zuzeneko banaketa

Enpresak bere produktua bezeroari zuzenean saltzen dio.

Adibideak: online denda propioa, salmenta puntuak, zuzeneko salmenta.

2. Zeharkako banaketa

Bitartekariak erabiltzen dira: handizkariak, banatzaileak, denda txikiak edo plataformak.

Helburua da merkatu handiago batera iristea.

3. Fisikoa eta Online

Enpresak hainbat kanal erabiltzen ditu: fisikoa + online.

Bezeroak esperientzia koherentea jasotzen du kanal guztietan.

2. Komunikazio Kanalak

Komunikazio kanalak dira enpresak mezu komertziala bezeroarengana eramateko erabiltzen dituen bideak. Helburua kontzientzia sortzea, interesa piztea eta erosketa bultzatzea da.

Kabina fisikoa ezinbestekoa denez, logistikaren kudeaketa argitu behar da:

- **Instalazioa eta Banaketa:** Madrildik banatuko dela aipatu arren, **Bazkide Logistiko Espezializatu** bat sartu. Bazkide hori arduratuko da kabinak **Kokapen Bazkideei** (Segmentazioan Kabina **instalatzeko baimena** ematen duten edo kabina **alokatu/erosten** duten enpresak) (zuzenean entregatu eta instalatzeaz).
- **Sarbide Fisikoa:** Kabina bera da **Salmenta Puntu Fisikoa**, eta haren kokapena (gimnasioak, hotelak, aireportuak) ezinbestekoa da **Merkatuko Segmentura** iristeko.

Laburbilduz, **Banaketa-Bidea** App-aren bidezko **zuzeneko salmenta birtuala**, eta **Bazkide Logistiko**en bidezko **zeharkako banaketa fisikoa** kabinak kokatzean.

Komunikazio kanalen motak:

1. Publizitatea

Telebista, irratia, prentsa, kartelak, online iragarkiak.

2. Marketin digitala: Sare sozialak (Instagram, TikTok...), e-mail marketina, SEO/SEM, webguneko edukiak.

3. Harreman publikoak: Prentsa oharrak, ekitaldiak, babesletzak, elkarriketak.

4. Salmenta pertsonala: Saltzaileek bezeroekin duten harreman zuzena.

5. Promozioak: Eskaintzak, deskontuak, laginak, lehiaketak.

Banaketa eta komunikazioaren arteko lotura

Bi kanal motak elkarren osagarri dira:

Banaketa kanal egoki batek produktua eskura jartzen du.

Komunikazio kanal egoki batek produktua ezagutarazi egiten du.

Logistika fisikoari dagokionez (kabinen instalazioa), ezinbestekoa da Bazkide Logistiko Espezializatu bat gehitzea, haren zeregina Funtsezko Jardueren artean kokatuz, kabinak modu eraginkorren eta estandarizatuan helarazteko eta instalatzeko Kokapen Bazkideei (Segmentazioan Kabina instalatzeko baimena ematen duten edo kabina alokatu/erosten duten enpresak)