



CANALES

El camino principal por el que los clientes se van a comunicar con la empresa es la aplicación, que básicamente va a representar una tienda online. Mediante esta app podrán acceder igual al catálogo como a las compras, los detalles del pedido y al servicio al cliente.

Además, para proporcionar el acceso a los servicios en otros dispositivos a parte de los móviles, habrá una página web que va a recrear la interfaz de la aplicación.

En cuestión de la distribución de los productos, la empresa va a usar un servicio de correos con medios de transporte eléctricos o bicicletas, que van a ser distribuidos en zonas de la ciudad. Estos correos van a proporcionar el servicio del envío dentro de su zona, que optimizará el proceso del envío, así que no habrá situaciones en las que el correo tendrá que llegar desde un punto lejano de la ciudad. Cada zona tendrá su propio almacén independiente, y estos almacenes locales van a ser suministrados desde un almacén principal, donde las tiendas pondrán sus productos, para luego ser distribuidos. Así liquidamos la necesidad de organizar la logística para las tiendas-socios, evitando errores y teniendo todo el control de distribución en las manos de la empresa.

En caso de algunos problemas con la realización de pedido, algunas pretensiones al servicio y etc., los clientes podrán comunicarse con los empleados responsables por este tipo de dificultades llamando por el número de teléfono asignado en la página web y la app, o escribir al servicio al cliente presente en los mismos recursos.