

El producto se venderá directamente a través de la página web oficial de la empresa. Esta plataforma permitirá a los clientes informarse detalladamente sobre el producto, consultar sus características, precios y condiciones, así como realizar la compra de manera cómoda y segura desde cualquier lugar. Además, la venta online facilitará una mayor cobertura geográfica y permitirá a la empresa mantener una relación directa con el cliente, ofreciendo atención personalizada, promociones exclusivas y un servicio para después de la venta.

La empresa no tendrá una tienda física propia, sino que distribuirá el producto mediante tiendas ya conocidas y de prestigio que ya venden diferentes marcas, como MediaMarkt o El Corte Inglés. Esta estrategia permitirá aprovechar la reputación de otras empresas, la confianza y el flujo de clientes de estos establecimientos, aumentando la visibilidad del producto y facilitando su venta a un público más amplio sin necesidad de los costes de mantenimiento de un local propio.

El producto será anunciado con carteles promocionales colocados en las cristaleras y zonas visibles de las tiendas colaboradoras, con el objetivo de llamar la atención de los clientes que visitan estos establecimientos. Además, se llevará a cabo una estrategia de publicidad digital en páginas web y plataformas online, utilizando algoritmos de búsquedas y anuncios para llegar al público objetivo de forma más precisa. Esto permitirá incrementar el reconocimiento de la marca y atraer potenciales clientes interesados en el tipo de producto ofrecido.