

# RELACIÓN CON LOS CLIENTES y canales de distribución



Los elementos del CANVAS nos ayudan a definir el modo y el medio de comunicación con los clientes.

La forma en la que gestionas la **relación con los clientes** debe responder a la pregunta: ¿cómo harás para estimular y fidelizar la compra de tus clientes? Puede ser de manera personalizada, automatizada, en autoservicio, masificada, entre otras opciones.

La definición de canales de distribución responde a la pregunta, ¿por dónde?, es decir, ¿por qué vía?

Son los medios por los que tendrás comunicación con tu cliente. A través de ellos te comunicas, distribuyes, vendes, ofreces nuevos productos o servicios, efectúas el seguimiento postventa, entre otras actividades.

La relación con los clientes y los canales de distribución podrían ser distintos en los diferentes momentos del proceso de compraventa: la preventa, venta y postventa.

## Ejemplo

En una empresa de servicio de internet, telefonía y cable:

En la preventa	En la venta	En la postventa
La relación con los clientes es masificada a través de canales impresos como <i>flyers</i> y anuncios espectaculares; o a través de medios como radio o televisión.	La relación con el cliente es personal, mediante la atención de un ejecutivo para el contrato. El canal de distribución es el punto de venta o centro de atención a clientes.	La relación con el cliente puede ser automatizada. Se anuncian nuevos canales o beneficios mediante el envío de mensajes. El canal de distribución es el correo electrónico o los SMS.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

UDGVIRTUAL



### Créditos

Contenido elaborado por: Deborah Leticia Obregón

Zúñiga Asesora pedagógica: Abril Larios Ruíz

Corrección de estilo: Gustavo Larroyo

Diseño del recurso: Paulina Ramírez Ramírez

Auditoría de formato y estilo: Ileana Martínez Castillo

Fecha: diciembre 2021