



SOLUCIÓN

La empresa de bebidas energizantes, “Energízate YA S.A.”, está próxima a salir al mercado con su producto “EnergízateYA”, una bebida a base de cafeína dirigida a hombres y mujeres de los 18 a los 50 años, y caracterizados por llevar un estilo de vida activo. El modelo de canales de mercadeo aún no ha sido establecido.



Tu reto consiste en indicar los canales de mercadeo más adecuados para “EnergízateYA”. A continuación, te presentamos los tres canales de mercadeo a tener en cuenta para realizar la argumentación de tu respuesta:

- Exclusivo
- Selectivo
- Intensivo



RETROALIMENTACIÓN

En este reto no existe una respuesta única, lo importante es que hayas identificado el objetivo a tener en cuenta al momento de plantear la estrategia de disponibilidad y acceso al producto de acuerdo a las dos alternativas del canal, selectivo e intensivo.

- Si tu respuesta fue el canal de mercadeo selectivo, el apoyo de distribuidores logrará que la empresa alcance una mayor cobertura de mercado, reduciendo los costos, pero sacrificando el margen de ganancia.
- Si tu respuesta fue el canal de mercadeo intensivo, la disponibilidad del producto es total, el acceso es rápido y sencillo, lo cual le permitirá posicionarse de una forma más rápida en el mercado.
- Si tu respuesta fue el canal exclusivo, Energízate YA al ser un producto de consumo masivo no tendría la visibilidad suficiente para resaltar y posicionarse frente a sus competidores.

Recuerda, que para este caso hablamos de un producto de consumo masivo, la disponibilidad del producto debe ser alta, por lo cual, los dos canales a tener presente son: el selectivo e intensivo, por el tipo de clientes al que están llegando. En este caso sería importante, que, para desarrollar los canales, consoliden una red de terceros que les permita tener más presencia y disponibilidad de producto para llegar a los segmentos que están buscando.