

BEZEROAREKIKO HARREMANAK

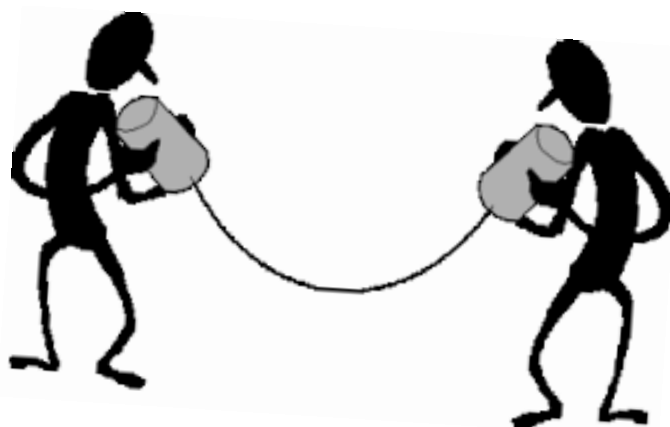
Motibazio desberdinak egon daitezke bezero eta enpresaren arteko harremanetan. Motibazio hauek nabarienak dira:

1. Bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea.
2. Enpresak dauzkan bezeroei eustea.
3. Eta salmenta kopurua handitzea.

Adibidez, telefonia mugikorrak atera zirenean, bezeroak erakartzeko estrategia agresiboak atera zituzten; mugikorrak oparituz.

Merkatua beteta zegoenean, bezeroekiko harremanak murriztu zituzten, bazituzten bezeroak mantenduz eta mugikorren salmenta handituz.

Enpresa batek bere bezeroekin dituen harremanak eragin handia dute bezeroak enpresarekin daukan esperientziarengan.



Gure enpresa berria denez, bezero berriak lortzen saiatuko gera, alde batetik prezioak lehiakor eginez, eta bestetik gure eta bezeroekiko harremanak estutuz. Horretarako, honako metodoa erabiltzea pentsatu dugu:

- Zerbitzu mekanizatua eskeiniko dugu, web orri bat sortzen ari garelako enpresaren produktua errazago eta leku gehiagotan merkaturatu ahal izateko. Web orri honetan ordea, bezeroek haien zalantzak, iritzia etab. idatzi ahal izango dituzte, bai guk eta bai bezero berriek hauek erabil ditzagun produktua hobetu eta honi buruz informazioa eskuratzeko.

- Gainera, web orria gustuko ez duenarentzat, erabili ezin duenarentzat edo honek zalantzak argitzen ez dizkionarentzat telefono bat prestatuko dugu, harreman pertsonal batera jo ahal izan dezaten. Telefonoa gainera erosketa guztietan erabiltzea edukiko dugu.

Honen guztiaren helburua bezero potentzial oro erakarri eta mantentzea da, gure enpresak merkatuan bere lekua ahal bezain laister aurki dezan. Ziurrenik aurrerago alderdi hau birplanteatu beharra egongo da, denda bat edo halako zerbait sortzeko premia izan baitezakegu: