

KANALAK

Erabaki dugu, arkatz hauek saltzeko biderik onena, momentuz, behintzat, internet dela. Horrela da eta gure ustez modurik egokiena gure merkatu segmentuarengana iristeko. Horregatik, internetarekin aditua zen pertsona bat behar genuen. Orduan gure taldekide Maider, internetarekin oso trebea denez, aukeratu genuen lan honetarako. Beraz, web-gune bat sortuko du. Honek ahalbidetuko digu arkatzak bertatik saltzea eta baita ere bezeroekin komunikatu ahal izatea.

Kanalak, hainbat fase ditu eta gure helburua fase hauek ahalik eta hobekien egitea da bezeroek guranako daukaten inpresioa hobetzea.

Bost fase dira guztira:

- **Pertzepzioa:** Fase honetan, bezeroak gure existentziaz ohartzen dira. Beraz, fase honetan funtsezkoa da eskaintzen dituen zerbitzu eta produktuen inguruan bezeroek duten pertzepzioa areagotzea. Horretarako, web gunean kolore biziak eta irudi esanguratsuak erabiliko ditugu bezeroen arreta erakartzeko.
- **Ebaluazioa:** Fase honetan, gure balorezko proposamena epaituko dute bezeroak. Bertan, ahalegin berezia egin beharko dugu gure enpresak aipatutako balorea eskaini ahal diela erakusteko. Ondo antolatuko dugu web orri hau eta informazioa ahalik eta "konpletuena" izaten ahaleginduko gara, bezeroek ondo ebaluatu gaitzaten. Lehenik, arkatzaren inguruko informazioa (nola egingo dagoen, zein materialez...). Ondoren, erosterako garaian jarraitu behar diren pausoak jarriko ditugu, bezeroek arazorik izan ez dezaten. Horrez gain, gurekin kontaktatzeko bideak ere jarriko ditugu, arazoak dauden kasuan bezeroek gure bezeroek arreta zerbitzuarekin harremanetan jarr ahal dezaten.
- **Erosketa:** hemen, aldiz, eskaintzen ditugun produktuak eta zerbitzuak erosteko aukera luzatu behar diegu gure balizko bezeroei. Beraiekin kontaktu egokia eduki behar dugu, eta batzuetan deskontu bereziak eskaini gureganatzeko.
- **Entrega:** fase hau da ea nola entregatuko diegun produktua bezeroei. Garraio enpresa batekin egingo dugu kontratua, eta beraz, berak egingo ditu enkargu guztiak.
- **Salmenta-ondorengo fasea:** Dagoeneko bezeroak gure produktua eskuratu duenean baliteke gure aldetik bestelako zerbitzuren bat behar izatea. Adibidez, arazoren bat eduki dezake gure produktuarekin beraz harreman egokia izan behar da bezeroarekiko.

Baina gure merkatu-segmentura ahalik eta egokien iristeko, kanal hauek modurik eraginkorrenean erabili behar dira. Horretarako, denak batera abian jarri eta bakoitzaren abantaila eta desabantailak jarri genituen. Kanalen konbinazio zuzena ere aurkitu behar dugu helburu hau betetzeko. Horretarako, dauden mota desberdinen aldeko gauzak eta kontrakoak aztertu ditugu egokiena aukeratzeko (edo bakoitzetik zerbait hartzeko). Ikusi dugu kanal zuzenek ez dutela bitartekorik behar eta irabaziak handiagoak izan daitezkeela, baina zailagoa dela ezartzeko eta mantentzeko. Bestalde, ikusi dugu

elkartutako edo zeharkako kanalen irabazi- marjina txikiagoa den arren, jende gehiagorengana iristen dela eta beraz jende gehiagok ezagutuko zaituela.

Beraz, aukera horiek aztertuta, erabaki dugu dauden bi moten arteko nahasketa bat erabiliko dugula. Hau da, gure kanal propioak edukiko ditugu (online denda, hain zuzen ere) eta baita ere beste denda batzuekin akordioak egingo ditugu geure arkatzak beraien dendetan saldu ditzaten. Denda hauek, produktu ekologikoak edo birziklatuak saltzen dtuztenak izango dira, geure ideiekin bat baitatozte.