

## **BANAKETA SALMENTA KANALAK**

Gure enpresaren helburu nagusia beti izan da adinduei laguntza ematea, gure atentzio osoa emanaz. Horregatik, gure **erlazioa** haiekin **ahalik eta estuen izatea** nahi dugu, bai gure lokalean bertan daudenean bai haien etxeetan. Edozein duda badute, gure **atentzio osoa** dutela ikustea nahi dugu. Horretarako, **ahalik eta komunikabide gehien** erabiliko ditugu, haiek gurekin kontaktuan jartzeko. Hau eginda, modu asko izango dituzte hitzordu bat eskatzeko, duda bat argitzeko eta hainbat gauza gehiagorako. Denbora aurrezteaz gain (ez dute gure lokalera joateko beharra hitzordu bat eskatzeko, adibidez), bezeroekin erlazio estuagoa lortzea dugu helburu.

Beste aldetik, **komunikabide asko** izanda, **bezero gehiago** lortuko ditugu, gure sare sozialak, iragarkiak eta web orrialdea ikusiko dutelako.

Erabili behar ditugun komunikabideak jakiteko, hainbat estudio eta albiste aztertuko ditugu, adinduek gehien erabiltzen dituztenak ikusteko.

- Alde batetik, telebista eta irratia analizatu genituen. Albiste askoren iritziz, haiek dira adinduek gehien erabiltzen dituzten komunikabideak. Horregatik, **bertako irradi eta telebistan iragarkiak** jartzea erabaki dugu (bertako irratia eta telebista izanez kostuak ez dira oso altuak izango). Hau eginez, bezero berriak erakarriko ditugu eta jada ditugun bezeroen artean garrantzia irabaziko dugu.



## Las personas mayores consumen siete horas diarias de televisión

■ Los jóvenes de menos de 24 años son los que menos tiempo dedican al visionado

 2
 
 0
 
COMENTARIOS  0

---

 Enviar por correo
 EUROPA PRESS / MADRID

 A<sup>+</sup> A<sup>-</sup> Cuerpo de letra
 LUNES, 1 DE DICIEMBRE DEL 2014 - 11:00 CET

 Imprimir noticia
 
**Las personas de 74 años de edad pasan cerca de siete horas diarias frente a la televisión, siendo así la edad que registra un mayor consumo televisivo, según el análisis de Barlovento Comunicación con datos de Kantar Media.**

 ENVÍA UNA CARTA DEL LECTOR 

*Albiste hauen iritziz, telebista eta irratia oso aukera onak dira, adinduek asko ikusten dutelako.*

- Beste ideia bat **propaganda** egitea da. Gure lokalaren informazioa eta eskaintzen ditugun zerbitzuak idatziko ditugu eta paperak kaleetan bananduko ditugu. Gehienetan, **eguerdian bananduko** ditugu, adineko pertsonak ordu horietan kalean daudelako. Horrela, bezero berriak erakarriko ditugu eta edozein zalantza izanda, propaganda banatzen ari den pertsonari galdetu ahal dio.
- Beste aldetik, **sare sozialak** daude. Nahiz eta edadetuek hauek asko ez erabili (ikerketa askoren iritziz ez dakite erabiltzen), ahalik eta jende gehien erakarri nahi dugu, eta sare sozialak garrantzia asko hartzen ari direnez, **Twitter eta Facebooka** sortzea erabaki dugu. Gainera, edadetuen familiarentzat informazioa ere jar genezake, haien gurasoei edota aitona-amonei sare-sozialeekin laguntzeko. Twitterren bezeroen galderak erantzungo ditugu batez ere, eta Facebooken aktualizazioak idatziko ditugu (instalazio, ordutegi edota txango berriak). Gainera hauek ez dira batere garestiak, beraz oso koste gutxi inbertitu beharko ditugu hauetan.

## Las Personas Mayores y el uso digital (internet).

- Tres de cada cuatro (74,6%) personas mayores de 65 años residentes en España nunca han utilizado internet. Una de cada cuatro asegura que lo ha usado alguna vez (25,4%) para realizar actividades como informarse, comprar o gestiones.
  - A la mayoría de los que usan internet les resulta poco o nada complicado su uso, siendo la actividad más común la de informarse, prensa, noticias, documentos...
  - Entre los que no lo usan, los principales motivos están relacionados con la ausencia de medios y hábitos: no tener o no utilizar el ordenador y no navegar por internet.
- La gran mayoría de las personas mayores prefiere la atención personal tanto para realizar gestiones con la Administración (70%) como con los bancos (81,3%). Representando un 7,7% y un 3,8% respectivamente los mayores que prefieren realizar esas gestiones por internet.

*Nahiz eta adindu asko erabiltzen ez jakin, sare sozialak etorkizuna dira, eta Twitter eta Facebooka izatea erabaki dugu.*

- Azkenik, gure **web orrialdea**. Bertan hitzorduak hartuko ditugu, zalantzak argituko ditugu eta gure enpresaren inguruan dauden berri guztiak idatziko ditugu. Gainera, gure helbidea, telefonoa eta beste datu garrantzitsuak idatziko ditugu, norbaitek guri deitzea nahiago badu. **Oso intuitiboa** izatea nahi dugu, edozeinek erabili ahal izateko. Web orrialdea, sare sozialak bezala, nahiko koste gutxi du, beraz oso aukera ona iruditu zitzaigun.

Komunikabide guzti hauekin, bezeroarekin ahalik eta erlazio estuen izatea espero dugu, lehen esan dugun bezala, gure helburu garrantzitsuena delako.