

BEZEROEKIKO HARREMANAK

Enpresa batek MERKATUKO SEGMENTU zehatz batzuekin ezarritako HARREMAN-MOTAK DESKRIBATZEA (negozio-eredu baten arrakastan dagoen alderdi kritikoenetako bat eta, aldi berean, tangibilizatzen konplexuenetariko bat).



1. Bezero-segmentu bakoitzak zer harreman-mota izan nahi du enpresarekin?

Bi harreman motak erabiliko ditugu, bata harreman pertsonala eta bestea, automatizatua.

- Harreman pertsonala, bezeroekin aurrez aurre egonez.
- Gure denda fisikoan hainbat pertsona egongo dira, edoizen galderari erantzuteko, denda ansoaienen edukiko dugu.
 - Automatizatua, erantzungailu automatikoa, erosketa internet bidez egin daiteke. Dutxa osoa, ala aldatzeko zatiak eroski ahalko lirarteke. Interneten erosterakoan bi aukera izango ditu dendara bera joan eta produktua berak etxean montatu ala etxera ekartzeko gure langileek amaituko dute lana dutxaren muntaia egiten.
 - Laguntza pertsonala ere edukiko dute
 - Bezeroak enpresako persona erreal batekin komunika daiteke, erosketa egiteko unean bertan edo ondoren lagundu egingo dien.
 - Dedikatutako laguntza pertsonalak
 - Gure enpresako ordezkari batek harreman espezifikoak izango du bezero jakin batekin
 - Harremana epe luzerako ematen da, banketxeko aholkularien eta gure artean sortzen dira.
 - Autatizatutako zerbitzuak
 - Bezeroak errekonozitu eta bezeroen profilari egokitutako informazioa eta iradokizunak emango dizkie.

**Nola eskuratuko ditugu bezeroak? Salmentak suspertzeko zer teknika erabili behar ditugu?
Nola fidelizatuko ditugu bezeroak?**

Gaur egun baliabide asko ditugu jendea erakartzeko internet bidez baina badira beste metodo batzuk, aspalditik erabiltzen direnak

- Atez ate dutxari buruzko informazioa emanaz
- "Mailing" izeneko teknika, asteartea baita promozioak e-mailen bidez bidaltzeko egunik hoberena.
- Oferta pertsonalizatua
- 2x1 estrategia
- Opariak egite
- Deskontu bereziak
- ONG, algun fin social
- Konferentziak gratis
- Ate irekiak

BEZEEROEKIKO HARREMANAREN MOTIBAZIOAK

Bezeroekiko harreman mota finkatzeko orduan enpresak dituen motibazioak hasiera batean definitzen dira, eta ez dira inoiz aldatzen.

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

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