

KANALAK

Gure zerbitzua aurrera eramateko, zerbitzua bezeroarengana helaraztea lortu behar dugu, hau da, kanalen bitartez lortzen dugu gure proiektua merkatu-segmentuetara iristea, gure balio-proposamena helarazteko.

KANALEN artean, honakoak bereiz ditzakegu:

- Komunikazio-kanalak
- Banaketa-kanalak
- Salmenta-kanalak

Gure proiektua aurrera eramateko oso garrantzitsua da da aplikazioan eskaintzen dugun zerbitzuari publizitatea egitea, ezinbestekoa baita bezeroek gure berri izatea.

Horretarako erabaki dugu ikastolak direla irakasleen bitartez- gure bezeroekin harremanetan jartzeko komunikazio-kanal egokiena.

Aldiz, saltzeko ez dugu kanalik erabiliko zerbitzu bat den einean gure eginkizuna laguntza behar duten umeei irakasle egokiak zabaltzea baita, ez dugu produkturik saldu behar.

Auto bidez joango gara ikastoletatik informazio hau banatzen eta bezeroenganako bidalketa, garraio-enpresen bitartez egingo dugu.

Nahiz eta guzti hau argi izan, ezinbestekoa da kanalen 5 faseak zeintzuk izan behar diren argi izatea:

- **Pertzepzioa:** Gure existentziaz jabetu egiten dira bezeroak, oinarrikoa da gure enpresak eskaintzen dituen zerbitzu eta produktuen inguruan bezeroek duten pertzepzioa areagotzea.
- **Ebaluazioa:** balorezko proposamena epaituko dute bezeroek eta bertan ahalegin berezia egin beharko dugu gure enpresak aipatutako balorea eskaini ahal diela egariazteko, hori baita gure arrakastaren funtsa.
- **Erosketaren fasean**, eskeintzen ditugun produktuak eta zerbitzuak erosteko aukera gazatu behar diegu gure bezeroei , behin hori lortuta, entregatzeko.
- **Entrega** da hurrengo fasea, baina gure kasuan, aplikazioaz eskainiko dugun zerbitzua denez, ez dugu entregatu beharko.

Gure kasuan beraz, ikasleei eta beren gurasoei aplikazioaren berri ematea da gure nahia. Horretarako, ikastolekin harremanetan jartzea izango da egokiena, ikastoletako umeentzat eginiko zerbitzu bat baita. Ikastoletara ibilgailu garraioen bidez joan beharko gara, eta baita lanean hasteko prest egongo liratekeen ikasleengana.