

BEZEROAREKIKO HARREMANAK

Hainbat izan daitezke bezeroen eta enpresaren arteko harremanaren atzean egon daitezkeen motibazioak. Motibazioak aldi berean jazo daitezke, baina baita bakoitza bere aldetik ere. Honakoak dira motibaziorik garrantzitsuenak edo ohikoenak:

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

Enpresa batzuk, bezeroak erakartzeko estrategia agresiboak erabiltzen zituzten adibidez mugikor enpresa batzuk mugikorrek oparitan emanaz. Guk hasieran bai erabiliko ditugu metodo agresibo batzuk nola merkeago jarri gure produktua.

Behin merkatua beteta zegoenean, berriz, bezeroekiko harreman-eredua aldatzearen alde egin zuten operadoreek, dagoeneko bazituztenak mantenduz eta bezero bakoitzeko salmenta kopurua handituz. Hau da guk egingo duguna, merkatua lortzen dugunean beteta prezioak berriro igoko ditugu etekin handiak lortuz.

CLINNIN WORLD