

BEZEROAREKIKO HARREMANAK

ADMINISTRARITZA- ETA KUDEAKETA-OINARRIAK

**ANJE DELGADO
DANEL GARCIA
YURENE FERNANDEZ
ESTIBALITZ NAVARRO
GARAZI PEREZ**

HARREMANAK

Bezeroekin hasieran izango dugun harremana pertsonala izango da gure produktua ezagutzera emateko. Bezeroarekin aurrez aurre egongo gara gure produktuaren abantailak azaltzen, gure produktuaren berezitasunak aurkezten, azken finean, marketina egiten, gure helburua, bezeroak gure produktua erostea da eta.

Hasieran, gure produktuaren berri emateko supermerkatua, farmazian,... sartzen den bezero bakoitzari bi kotoi-zotz eredu bezala emango genizkioke. Behin gure produktua ezagutzera emanda, gure bezeroekin harreman automatizatuak izango ditugu, izan ere, ez dugu zentzuzkoa ikusten supermerkatuetan, farmazietan,... saldu daitekeen produktua, guk aurrez aurrez saltzea. Horregatik, supermerkatuetan saldu ohi diren beste produktu askok bezala, bezeroekin ditugun harremanak automatizatuak izango dira, hau da, web bidez edota posta elektronikoz, izan ere, bezeroek produktua erosterako garaian ez dute gure aurrez aurreko laguntzarik beharko.

Harreman automatizatuak dagokienez, gure produktuaren kaxaren atzealdean gure helbide elektronikoa eta gure telefono zenbakia jarriko dugu, bezeroak iradokizunik, kexarik, kezkarik, etab. izanez gero gurekin kontaktuan jar dadin. Horrelakoak gerta dakizkioke bezeroari, izan ere, gure produktua berria da ez du inork inoiz asmatu eta jendeak ez daki zer nolako onura edo arrisku izan ditzake.

Bestalde, laguntza-pertsonala baztertuko genuke. Zehazki, gure lana ez da esaterako, farmazia batekoa bezalakoa eta ez dugu beharrezkoa ikusten bezeroari laguntza-pertsonala eskaintzea. Egia da, gure enpresa berria denez, hasieran bezeroarekin aurrez aurreko harremana dugunean supermerkatuetan eta abarretan laguntza-pertsonala eman diezaiekegula. Horrez gain, dedikatutako laguntza-pertsonala ere baztertuko genuke, gure produktua merkea denez, bezeroak hura erostean ez lukeelako diru asko galtzeko arriskurik izango. Gure produktua ez da hipoteka bat bezala, izugarritzko dirutza eta etxea galdu daitekeela, hura ordaindu ez gero. Beraz, esan genezake ez diogula bezeroari tratu pertsonalizaturik eskainiko.

Beste alde batetik, salmentak ditugun ahala saltzeko modu gehiagotan pentsatu dezakegu. Esate baterako, autozerbitzuan, hau da, *vendingaren* bidez saltzea. Hain zuzen ere, geroz eta farmazia gehiago dira, farmaziaren kanpoan beren produktuak saltzeko makinak jartzen dituztenak. 24h-z irekita daude eta produktu sorta handi bat dago bakoitzak duen behar edo larrialdiaren arabera. Arestian esan bezala, gauzak ondo joaten bazaizkigu farmaziekin akordioak egin ditzakegu gure produktua bertan eta kaleetan dituzten makinetan saltzeko, hala irabaziak lortzeko beste iturri bat izango genuke.

Horretaz gain, automatizatutako zerbitzuetan ere saldu dezakegu. Adibidez, *amazon* bezalako enpresek denetarik saltzen dute eta ziurrenik gure produktua *amazonek* salduko balu bezero gehiago izango genituzke, pertsona gehiagorengana iritsiko ginelako. Azken finean, geroz eta modu eta leku gehiagotan saldu, geroz eta aukera gehiago ditugu bezero gehiago lortzeko.

Gure enpresaren harremana bezeroekin aurrera eraman dezagun, komunitate desberdinetan salduko dugu gure produktua. Gure produktua saltzea dugu helburu, beraz ahalik eta bezero gehiago lortzen baditugu gure harremanak handitu egingo dira eta gure enpresarentzat errentagarria izango da. Berdin zaigu zein eremutan saltzen diren guk sortuko ditugun kotoi-zotzak, lehen esan dugun bezala, proiektua aurrera ateratzeko puntu garrantzitsuena, bezeroak dira. Haiek gabe ez da erosketarik egongo eta erosketak horiek gabe ez dugu asko irabaziko.

Azkenik, esan beharra dago, enpresa guztiek dutela motibazioa/arrazoiak, bezeroekin harremana sortzerako orduan, lortu nahi den helburuaren arabera, beti ere. Gure enpresan, dudarik gabe, motibazio hori lortu nahi dugu bezeroekin dugun harreman hori mantentzeko. Harreman horiek lortzen ditugun heinean kontuan hartu beharreko puntu batzuk ezagutu behar dira: batetik, harreman horiek bilatzen hasten garenean kontuan hartu beharko dugu bezero eta kontsumitzaile berriak izango ditugula. Bestetik, enpresak lortu dituen bezeroei eustea garrantzitsua iruditzen zaigu, horiek galtzen baditugu, etekin asko galduko ditugulako. Azkenik, harreman hauekin, gure produktuaren salmenta handitzea dugu helburu, enpresa aurrera atera dadin eta beraz, ahalik eta etekin gehiago lor ditzagun.

Anje Delgado, Danel Garcia, Yurene Fernandez, Estibalitz Navarro eta Garazi Perez.