

BALOREZKO PROPOSAMENAK

Gure jomuga, hots, bezeroak definitu ondoren, hari zer eskainiko diogun definitu beharko dugu gero; gure balorezko proposamena.

Balorezko proposamenean datza bezeroek gure enpresaren edota produktuaren alde egiteko arrazoi nagusia, horretarako, zer behar duten jakin behar dugu, bezeroek bertan aurkitu beharko dutelako bilatzen duten konponbide edo zerbitzua, behar duten hori eskaini ahal izateko.

Gure proposamenaren balorea kualitatiboa zein kuantitatiboa izan daiteke. Balorea kuantitatiboa bada, neurgarria izango da. Balore kualitatiboa, aldiz, bezeroak produktu edo zerbitzu jakin baten inguruan duen ikuspegiarekin dago lotuta.

Azken finean, gure produktua Cleanwinrob-a bada, leihoak garbitzeko balio duena, balorezko proposamena ez da produktua bera izango, baizik eta ondorengo kontzeptuak, esate baterako eroso izatea, azkarra izatea, eraginkortasuna edukitzea, segurua izatea eta abar. Horrekin lortuko duguna izango da, konpetentziaren bat dugunean, gure produktuarengana etorriko dira eta gurea hautatuko dute, etekin hobeagoak dituelako eta kualitate hobeagoak dituelako.

Balorea sortzen duten elementuak honako hauek izan daitezke: nobedadea, prestazioak, pertsonalizazioa, lana erraztea, diseinua, marka eta estatusa, prezioa, arriskua murriztea, eskuragarritasuna eta erabilerraztasuna.

Ondorioz, balorezko proposamenak ez dira produktua bera izango, baizik eta produktuak izango dituen baldintzak.