

# **BEZEROEKIKO HARREMANAK**

Lehenik eta behin, esan beharra dago enpresa batek bere bezeroekin dituen harremanek eragin handia dutela, hau da, bezeroak enpresarekin daukan esperientzia. Gure enpresa arlo honetan arreta handia jartzen du.

Gure enpresak bezeroekin zein harreman mota izango duen definitzea garrantzitsua da. Hainbat harreman mota egon daitezke aldi berean enpresa batean eta bere bezeroen artean: laguntza pertsonala, laguntza pertsonal eskainia, autozerbitzua, zerbitzu automatizatuak, komunitateak eta baterako sorkuntza. Gure enpresak, bezeroekin dauka harremana web-gunearen bidez (zerbitzu automatizatuak) edo gure denda fisikoaren bidez (harreman pertsonala) izango da. Orduan, gure bezeroak Interneten bidez arazo edo galdera bat izatekotan gurekin zuzenean kontaktuan ipini ahal izango dira bi bide hauetatik.

Hala eta guztiz ere pixkanaka-pixkanaka gure merkatu-segmentuaren aldetik lortu nahi duguna bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea, enpresak dauzkan bezeroei eustea eta salmenta kopurua handitzea da.

Hasteko, bezero berriak erakartzeko publizitate erakargarria sortuko dugu. Publizitatea hainbat modutan egingo dugu, hala nola;

- **Sare sozialak:** Hasieran Instagram-eko, Facebook-eko eta Twitterreko profilak sortuko ditugu eta produktuen argazkiak eta bideoak igoko ditugu. Geroago “statusko” enpresa batean bihurtzen bagara, gure publizitatea Youtube-ko iragarkietan ipintzen saiatuko gara.
- **Kaleko publizitatea:** Erabiliko dugun lehenengo publizitatea izango da, momentu honetan ez dugulako mozkinik, eta publizitate hau guk egindako kartelak izango direlako. Bilboko eremu ezagunetan, adibidez, Moyuan edo Abandon itsatsiko ditugu gure kartelak, beti udaletxearen baimenarekin.
- **Komunikazio sarbideak:** Irratien etxe txikietan ipiniko ditugu gure iragarkiak eta sare sozialen bezala, etorkizunean “status” handiago edo kapital handiagoa izatekotan, telebistako iragarkietan edo irrati etxe handiagotan ipiniko dugu gure publizitatea.

Publizitate hori hasiera batean, enpresaren diseinuko langileak sortuko dute (Yaiza eta Aiala) eta enpresa aurrera joan ahala, agian publizitate enpresa bat kontratatzearen aukera begiratuko genuke, publizitate on bat egitea erraza ez delako, eta gure diseinuko neskak ez dutelako publizitate ikasketarik.

Izan ere, gure eguneroko bezeroak gure enpresarekin mantenduko direla ziur gaude, pixkana-pixkanaka berrikuntza desberdinak ateratzen joango garelako. Beti diseinu eta produktu berdinak ateratzen baditugu jendea azkar aspertuko litzateke eta gure produktuak erosteari utziko lioke. Horregatik ez ditugu beti egingo diseinu berak, pertsona askori gustatu ahal zaien oso era askotako eta estilo askoko diseinuak egiteko asmoa dugu.

Gaur egun, berrikuntza desberdinak burutu nahi ditugu. Berrikuntzarik gabe ez geratzeko, pixkanaka-pixkanaka aterako ditugu.

Berrikuntza baten adibide bat azalduko dugu. Gure Twitterren profilean hashtag bat sortuko dugu #bioegradable izenarekin. Hashtag honen helburua, gure bezeroak enpresan parte hartzea da, hau da, Twitter profila duten bezeroek idatzi ahal izango dute, haien ideiak edo produktu berrien nahiak adierazteko ahalmena izango dute eta guk irakurtzeaz eta martxan jartzeaz arduratuko gara.