

BEZEROEKIKO HARREMANA

Gure enpresako bezeroekin izango dugun harremana zeharkakoa da; izan ere, produktuaren prezio finala handituko dugu, brokerren primaren bidez. Beste enpresa batzuen produktuak salduko ditugula jakinda.

Gainera, bezeroekin izango dugun lotura transakzionala izango da, gure arteko harremanak erraz hautsi daitezkelako. Hau da, ez dugu epe luzeko harremanik edukiko, harpidetzak eta tankerakoak egingo ez baititugu.

Harremanaren intimitateari dagokionez, bezeroekin izango ditugun automatizatuak izango dira. Gure enpresaren salmenta webgune batetik denez, bezeroekiko harremanak ez dira presentzialak izango. Baina, gure enpresako langile bat etxeetara joango da gure produktuen instalazioak egitera.

Gure bezeroekin hiru estrategia izango ditugu: lorpenekoa, erretentziozkoa eta salmenta gurutzatua. Lorpenekoa, beste enpresetan jarritako publizitatearekin eta sare sozialetan jarriko ditugun iragarkiekin. Gainera bezeroak erakartzeko, hainbat eskaintza egingo ditugu. Adibidez txartel bat non puntuak metatu egiten dira. Erretentziozkoa, produktu berritzaileak saltzen, ondorioz bezeroak konstantzia izango dute gure webgunean. Hemen puntuen metaketa ere sartu daiteke; izan ere, bezeroak konstanteak izan behar dira. Salmenta gurutzatu strategiari dagokionez, gure enpresan pentsatu dugu beste enpresen publizitate gehiago egitea; izan ere, geroz eta publizitate gehiago eginda, gure irabaziak igo egingo dira.

Bezeroekiko harremana sare sozialen bidez edukiko dugu batez ere. Azken finean jarritako produktu berrien edo puntuen metaketaren iragarkiak sare sozialetan iragarriko ditugu. Gainera, erlazio pertsonal bat ere izango dugu, arreta zerbitzua jarriko dugulako, horrek gure enpresa fidagarriagoa egingo du.