

KANALAK

Merkatu-segmentazio batera iritsi baino lehen, kanal baten bitartez baliaitu beharra dago eta horretarako hainbat kanal mota bereizi behar dira. Horregatik, kanal horien artean hainbat ezaugarri kontuan hartu behar dira. Horretarako, gure enpresari begirada bat bota beharra diogu, eta jakina, oso sakon nabarmen daitekeen karakteristietako bat banaketa-kanala da, bertan jostailuak biltzeko eta banatzeko aliantzak baititugu. Baina ez dugu ahaztu behar, beste kanalek ere parte hartzen dutela, hala nola, komunikazio-kanalek eta salmenta-kanalek. Horregatik, hiru ezaugarri horiek kontuan harturik, banaketa, banakako-kanalak eta komunikazio-kanalak finko geratzen dira. Baina noski, beste aliantza bat sortuz gero, estruktura berri bat sortu beharko genuke.



Bestalde, ezaugarri horiek sakondu nahian baldin bagabiltza, oso zehatz esan daiteke komunikazio-kanalak, banaketa-kanalak eta salmenta-kanalak hainbat ezaupide dituztela. Horietako konplexuena eta zailena, komunikazioetarako kanala izan daitekeela esan daiteke, bertan gure produktua distributitu eta jaso behar baitugu. Baina jada, badauzkagu aliantza batzuk eta horietako nabarmenak Pacex eta Sasieta mankomunitatea izango lirateke; hau da, bitartekari hauek produktu zaharrak jasotzeko eta banatzeko

erabiliko genituzke, eta noski, Pacex produktuak banatzeko eta Sasieta produktuak jasotzeko ere ederra. Lehenago aipatu dugun bezala, herrietako hainbat biltegietatik jasoko dira, hau da, beste zaborrontzien ondoan egongo dira. Honen ondorioz, lortu nahi den helburuetako bat argi dago, ahalik eta lan orduak zenbat eta gehiago jeitsearaztea izango litzateke eta, gure enpresaren baitan ez dagoen lan bat delako azken finean. Eta horretxegatik, oso komenigarria dugu garraio jakin eta konkretu bat izatea. Horretaz gain, komunikazioetan sartzen baldin bagara, aipa dezakegu ez daukagula hain komunikazio kanal ona, baina dendara etorri ahal izango ziren noski. Bertan, bezeroak dauzkan kezkak, zalantzak, etab. Honen ondorioz, bezeroak dituzten arazoak konpondu ahal izango genituzkeen, gainera bertan produktuak erosteko aukera edukiko zuten. Azken batean, gure enpresaren komunikazio kanalak nahiko xumeak dira. Bestetik, salmentak kontuan hartuta, gure enpresak erabiliko zuten metodoa bezeroak egin beharko zuten beharretako bat izango zen, hau da, denda bertara etorri izan beharko zukeen eta bertan erosiko zuen berak nahi duen produktua. Egia da, oso neketsua egiten dela dendara bertara etortzea, baina produktua bere etxera bidaltzeko aukera emango genion beste senideentzat edo nahi izan ezker.

Beste alde batetik, horietako kanal bakoitzean hainbat fase ezberdin hartu beharko genituzkeen kontuan; hala nola, pertzepzioa, ebaluazioa, erosketa, entrega eta ondorengo salmenta. Baina noski, fase guzti horiek bezeroarekiko-harreman guneak izango lirateke, bezeroarekiko harreman sendoagoak edukitzeko. Fitzken batean, bezeroak dira enpresa bateren erregai nagusia eta bezerorik ez balego enpresak porrot egingo zuen.

Fitzkenik, esan daiteke kanal egokiak erabiliz gero, enpresak lortuko zuen aurrerapena itzela izango zela eta sekulako aurrerapena lortuko genuela, enpresen munduan. Horregatik, ez ahaztu kanalak ere garrantzitsuak direla enpresa baten sorreran, bertan hainbat faktore eta ezaupide betetzen direlako.