

BEZEROEKIKO HARREMANAK

Hasteko, argi eta garbi dago ezinbestekoa dela geure bezeroekiko harremana ezinhobea izatea. Izan ere, hauei esker gure enpresa garatuko, hedatuko eta haziko da Euskal Herrian nahiz Espainia mailan (eta baliteke internazionalki ere). Hori dela-eta, harreman hauek lortzeko nolabaiteko motibazioa egon behar da atzetik. Hala nola, bezero berriak lortzea, jada enpresaren kontsumitzaileak direnei eustea eta salmenta kantitatea hareagotzea. Hain zuzen ere,



kontsumitzaile berriak lortzeko erabateko garrantzia du marketingean eta publizitatean inbertitzea, hots, hauei arreta handia erreparatzea. Metodo hauen bitartez, kontsumitzaileak beregenatuko ditu gure enpresak, esate baterako, iragarkien, sare-sozialen edota bestelako tresnen bidez.



Bestalde, bezeroekiko zenbait harreman mota daude. Adibidez, pertsonala (laguntza pertsonala, laguntza pertsonal eskainia) eta automatizatua (autozerbitzua, zerbitzu automatizatuak).

Gure kasuan konbinazio bat egitea erabaki dugu, hots, zerbitzu automatizatua webgunearen bitartez, modu honetan, bezeroek beren eskabideak egin ahal izan ditzaten denda fisiko batera joan behar izan gabe. Aldiz, denda fisikoetara joaten direnean laguntza pertsonala jaso ahal izango dute modu zuzenean. Gainera, kontsumitzaile berriak bereganatzen saiatuko gara marketing kanpainak martxan jarriz, besteak beste, online iragarkiak jarriz.

Etorkizun batean, gure enpresa hedatzea eta handitzea lortzen badugu bezeroei akzioak erosteko aukera emango diogu, modu honetan gure enpresara inkorporatzeo aukera eskainiz.