

JINER PROIEKTUA

(BALIO PROPOSAMENA)

Prezio merke eta lehiakorra ez da beti arrakastaren eta salmenten bermea, batez ere gure negozioa produktu edo zerbitzu propio bati lotuta badago. Gure enpresak arrakasta izango badu, behar-beharrezkoa da balio-proposamen bat zehaztea, gure bezero potentzialek harekin bat egin eta gure lehiakideen proposamenetik bereiz dezaten.

Orga honek hainbat onura eskaintzen dizkie bezeroei, hala nola, pantailan beharpenak agertzen dira eta horri esker, bezeroak eskaintza guztiak jakin dezakete. Gainera, ideia hau onuragarria da supermerkatuentzat ere salmentak areagotzen baitira. Horrez gain, erosleek dituzten hainbat arazo konpondu ditzake:

- Askotan denbora gehiegi igarotzen dugu produktuak bilatzen; maparen bitartez produktuak azkarrago aurki ditzakegu inori galdetu gabe.
- Erosketak egiten gauden bitartean ez dakigu zenbat diru gastatuko dugun eta orgako pantailaren bidez, badakigu momentuan zein den gure aurrekontua.

Dena den, prozesu hau ez da erreza izaten, horregaitik, zenbait kontzeptu argi izan beharko ditugu, gure proiektua aurrera eraman ahal izateko:

- Bezero egokiak aukeratu:

Oso argi izan behar dugu pertsona guztiak ezin direla gure bezero potentzialak izan. Gure bezero idealek aintzat hartzen dute gure produktua eta haiei eskaintzeko egiten ditugun ahaleginak, prezioa arazoizkoa dela uste dute eta preskriptoreak izateko prest daudenak dira.

- Hurbildu gure produktua:

Egungo merkatua gero lehiakorragoa da. Beste produktuengandik bereizteko, inpaktua eragin behar du bezeroengan bere arreta erakartzeko. Bezeroei produktuak erabiltzeko esperientziak eskaini behar diegu, adibidez: koltxoak frogatzea, produktu teknologikoak, telekomunikazio-zerbitzuak, ... Helburua beti da bera: pertsona horiei sinestaraztea gure produktua

merkatuan nagusi dena bezain ona edo hobea dela. Horregatik bereizi behar dugu.

- Komunikazio-proposamen egokia egin:

Behin gure balio-proposamena zehaztuta, komunikazio-estrategia erakargarria aukeratu behar dugu. Horregatik kanal eskusibo eta zuzenagoak erabiliko dugu, ohiko komunikabideetatik oso urrun daudenak. Hau da, mezu egokia bidali behar da kanal zuzenaren bidez eta behar den unean, bezeroa erakartzeko asmoz.

- Balioetsi zure produktua:

Kontsumitzaileek egin ohi dituzten erosketa asko emozionalak dira; halere, prezio egokia ordaintzen eta erabaki zuzena hartzen ari direla berresten laguntzeko argudioak behar dituzte. Produktu propioa daukagunez, prezio lehiakorra jarri behar diogu. Baina erakargarritasun-puntu nagusia produktua bera izatea lortu behar dugu, gure produktuak ordainduko dutena balio duela erakusteko.

- Bezeroa zure negozioan arreta jartzea lortu:

Balio handiko produktuekin batera zerbitzu ezin hobea eta bikaina eskaini behar da, eta hori lortzeko enpatiaz jokatu eta kontsumitzailearen lekuan jarri behar dugu. Zuk jaso nahi zenukeen arreta berari eman behar diozu, garrantzitsuak sentiarazi, haien iritziak kontuan hartu, ... Horrela, bezeroa leialtzea lortuko dugu.

- Helburua ez da kantitate asko saltzea, baizik eta kalitate ona:

Salmentak gehituta irabaziak eta arrakasta lor ditzakegu, baina saltzea gure helburu bakarra bada, hori lortzeko edozer egiteko tentaldian eroriko gara, adibidez prezioa jaisteko helburuz gure produktuen kalitatea okertu edo bezeroei arreta eskasa eman.

