

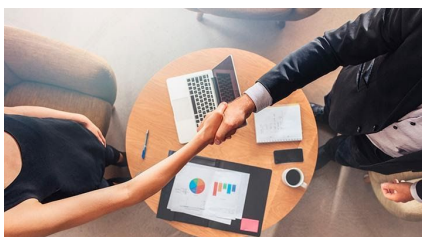
## JINER PROIEKTUA (BEZEROEKIKO HARREMANAK)

Gure bezeroengan komunikazio ezin hobea izateko, harremana pertsonala izango da (bilerak).

Eroslearen eta saltzailearen arteko harremana produktu edo zerbitzu jakin baten salmentan egindako transakzio ekonomiko batetik harago doa. Truke hutsa gainditzen du eta epe luzerako harreman bat bideratu behar da; beraz, saltzailearen ahalegina ez da berehalako onura bat izan behar, baizik eta elkarreraginean eta konfiantzan oinarritutako bezeroarekiko harremana sendotzea.

Orain, beste erosle baten eta komunikazio-paradigma berri horretara egokitu behar duen saltzaile baten artean dago harremana; erosle horrek hamaika erreferente ditu, edo edozein unetan bila ditzake. Fidelizazio-prozesuan aurrera egiteak aldaketa horiek kontuan hartu behar ditugu. Aldaketa horiek, ezinbestean, eragina izan behar dute eroslearen eta saltzailearen arteko harremanean, lehenengoaren itxaropenak asetzeko, eta, bestalde, lehiarako beharrezko abantaila lortzeko, bigarrenak salmenta bihurtzeko beharrezkoa den bereizketa lor dezagun.

Marketin-teknika oldarkorrek erabili beharrean, iradokitzen duen ezagutza aditua funtsezkoa da, bezeroa saltzailearengana hurbiltzean, oinarritutako harremana ezartzeko. Negozio mota bakoitzak, estrategia desberdin bat beharko du, sektore eta berezitasun bakoitzera egokitua.



Bezeroaren eta saltzailearen arteko harremana eraikitzeko, eroslea asebate nahi duen nahia, enpresak eskeini behareko dio. Bezeroak asebetzeko helburuarekin sortzen dugu enpresa eta fideltasuna ekarriko duen epe luzeko harremana bilatzen dugu, erabiliko dugun formula bezeroei bere nahiak asetzeko produktuak ekoiztea da, modu soil batean, informazio eta prestakuntza adituaren bidez. Gure erronka nagusia, jarraitu beharreko parametroak ezartzea da.

