

KANALAK - AJIA Deliveries

1. Informazioa:

Gure enpresa **hiru** kanal mota izango ditu eta handitzen joaten den heinean gehiago izango dugu. Hauek dira hiru kanalak:

1.1. Onlineko publizitatea:

Gaur egun sarean publizitatea eta bezeroak mantentzea lortu ditzakegu bi modu ezberdin hauetan.

1.1.1. Facebook ads:

Facebook-eko erabiltzaileen %66-ak **25 eta 55 urte artean** kokatzen dira eta adin hauetarako publizitate nagusia hemen kokatuko dugu. Facebook publizitate-sare bat dauka bere sare-sozialaren barruan, **kostuak eta bezeroak** erraz zehazteko. Honelakoa da funtzionamendua:

Ipintzen duzun diruaren arabera gehiago edo gutxiago zabalduko zara sarean eta jende egokira heltzeko etiketa ezberdinak jarri beharko dituzu. Gure kasuan, **“etxetik independizatuta”, “elikadura” eta “25-55 urtekoak”** jartzen badugu egokia izango da. Baina publizitate kanpainak ez dira beti onak izango, eta horregatik egun batetik bestera etiketak, publizitatean egindako inbertsioa (egunero X€ kobratzen dizute) edota iragarkia aldatzeko aukera izango duzu.

Horretaz aparte Facebook, zure bezeroekiko eta egindako kanpainaren informazioa ematen dizu, ondorioz, **ikerketak** egin ahal izango ditugu eta publizitatea geroz eta hobeagoa egingo dugu.

1.1.2. Gmaileko bezero inbutua:

Gure bezeroak webgunean sartzekoan, **newsletter** batera sartzeko eskaera izango dute. Eskaera hau **onartzean**, bere gmail-a sartzeko badute, guk informazioa eta publizitatea bidaliko diegu pertsona horiei, beraien erosketa irrika handituz eta deskontu ezberdinak bidaliz.

Eskaera hori **ukatzen** badute baina erosketa bat egiten badute, gmail-a jarri behar dute eta berdina egingo genuke. Gmail-a sartuta izanda eta gainera erosketa bat eginda, bezeroari **irrika** sartuko diogu berriro erosteko gure webgunean, eta bere **iritzia** eskatuko diogu erosketaren ostean.

1.2. Paperezko propaganda:

Kasu honetan etxeetara helduko dira paperez egindako kanpainak. Publizitate hau garrantzi handia izango du independizatuta dauden gazteen artean, 35-65 urte arteko guraso edo ezkongabeen artean eta 65 urte baino gehiago duten pertsonen artean. Oso orokorra izango da,

baina gure publizitate mota segmentu handi batera lotuta egongo da, etxe batean erosketak egiten dituen edozein pertsonari.

Publizitate hau **correos** bidez egingo da eta herri eta hiri ezberdinetan banatuko da, gure enpresaren **informazioa** emanaz eta **balio proposamenak** azalduz. Garraio elektrikoak ditugula, zure etxera bidaltzen dugula, 2 egunetan heltzen dela, supermerkatu ezberdinetako produktuak eskatu ahal dituzula eskaera berdinean...

Modu honetan ere adin nagusiko pertsonak ezagutzen digute, askok ezin direlako supermerkatuara joan, orduan gure publizitatea ikusterakoan ikusiko dute proposamen hona izango dela eta erosketak beraien ate aurrean utziko ditugula.

1.3. Supermerkatuko publizitatea:

Azken marketing kanpaina hau segmentu berdinari lotuta egongo da, eta zerikusia izango du supermerkatuan jartzen diren **posterrekin**. Posterrak **erakargarriak** izango dira eta supermerkatuaren kolore ezberdinekin eginda egongo dira kaletik doazten pertsonen **arreta** deitzeko. Informazioa laburtuta egongo da, eta gure webgunearen eta aplikazioaren izena jarriko du.

2. Ebaluaketa eta salmenta:

Gure bezeroak argi izango dute gure hiru balio proposamen nagusiak, **marketing** kanpainetan jarrita egongo direlako: supermerkatu guztien produktuak ditugu gure webgunean, ingurumena zaintzen dugu gure garraio elektrikoaren bidez eta eskaera 2 egunetan zure etxearen atean izango duzula. Ondorioz, bezeroak, gure enpresak **balio oso handia** duela ikusiko dute eta webgunean sartuko dira enpresa nola antolatuta dagoen jakiteko eta produktuak ikusteko. Eskaera bat sortzeko oso garrantzitsua da webgunea **ulerterraza** eta **interaktiboa** izatea pertsona nagusiak bereziki honetaz fidatzeko eta erostea erraza izatea. Gazteak eta adin ertaineko jendeak berriz erraztasuna dute teknologiarekin.

Gure produktuak webgune eta aplikazio batean egongo dira, eta bien bitartez egin daitezke erosketak. **Modu berean** egongo dira diseinatuta biak, bat mugikorrera egokituta eta bestea nabegadore, tableterako edo ordenagailurako.

3. Erosketaren ostean:

Bezeroak lehen esan dugun bezala, **deskontuak** eta **publizitatea** jasoko dute, alde batetik **gmail** bitartez eta beste aldetik **propaganda** bitartez. Horrela, ez dute inoiz ahaztuko emandako **tratu ona** eta arazoren bat egonez gero, webgunean arazoak eta iritziak jartzeko atal bat jarriko dugu.

Bezeroak publizitatea jasotzen badu, gure enpresan berriro erostea eta beste supermerkatuko produktuak begiratzea eta kontsumitzea lortuko dugu, **bezeroak mantenduz eta salmentak lortuz**.

Gainera, bezeroa pozik badago, bere lagunei azalduko die gure proiektua eta **ahoz-ahoz** zabalduko da publizitate organikoa eginez, hau da, guk **dirua inbertitu gabe** modu zuzen batean.