

KANALAK

Gure bezeroengana iristeko, gure eta bezeroen arteko elkargune bat sortu behar dugu. Gainera, estimulu- eta interes-giro bat sortzea, non bezeroak bere beharrian batzuk imajinatu eta balioetsi ahal izango dituen, eta nola eta non asebetetzen dituen. Era berean, merkatuan sortu dugun eragin orokorra behar besteko eskaria sustatzeko bezain erakargarria izango dela ziurtatzea. Eta, azkenik, kontsumitzailearentzako produktua eraginkorrak, seguruak eta azkarrak izan daitezen zaintzea, aukeraketa bikain baten bidez.

Bestalde, bezeroengana iristeko hainbat bide daude, adibidez: banaketa-kanalak, hau da, produktua ekoizpen-lekutik azken kontsumitzailearaino transferitzeko bidea edo bidea. Beste bat da mezua igorletik hartzailearaino transmititzeko euskarria diren komunikazio-kanalak. Zirkularrak, Internet, telefonoa, e-maila, sms, irratia, prentsa, telebista. Era berean, produktuak edo zerbitzuak kontsumitzaileei erakusteko bitartekoa den salmenta-kanalak, enpresaren beraren eta balizko bezeroaren arteko harremana ahalbidetuz. Dibulgazio-kanal bat ere izan daiteke, eskaintzen den produktua edo zerbitzua sustatzeko. Kanalak bezeroarekiko harremanetarako puntuak dira eta 5 fasez osatuta daude: pertzepzioa, ebaluazioa, erosketa, entrega eta salmenta ondokoa.