

DIRU ITURRIAK

Diru sarrerrei dagokionez, zaila izango zaigu hasieratik aplikazioarekin bakarrik diru-sarrerak edukitzea. Hain zuzen ere, erabiltzaileen artean duen arrakastaren araberakoa izango da. Izan ere, zenbat eta jende gehiagori gustatu, gehiagok nahiko dute *premium* egin, eta beraz, diru sarrera gehiago izango ditugu. Horregatik, oso garrantzitsua izango zaigu publizitate kanpainak (salmenta bideoa, sareko eta pankarta fisikoak, flyers, igogailu, autobus eta merkataritza gunetarako telebistako iragarkiak...) egitea eta ahalik eta jende gehiagoren artean zabaltzea. Bestalde, banner teknika erabiliko dugu, hau da, zenbait enpresei gure enpresa ezagutarazteko iragarkia egiteko eskatuko diegu (adibidez: sare sozial batean edota Internen, 10 segundu edo gehiagotan gure enpresaren berri ematea eta patrozinatzea). Bestalde, arestian esan dugun bezala, beldurrezko esperientzia, abenturazko esperientzia, Euskaldunak euskaldunen artean ezkutuko elkarketa... izango ditugunez pertsona ospetsuei gure enpresaren iragarkiak egiteko esango diegu. Ane Igartiburuk, esaterako, programa bat abian jarri zuen ezkutuko zitak izateko. Beraz, amodiozko esperientziak bizitzeko iragarkia egiten dugunean bere irudia garrantzitsua izango da.

Bestalde oso garrantzitsua izango zaigu Jon Gotzon (Gaztea Irratiko esataria) bezalako pertsonen laguntza ere iragarkiak egiterako orduan. Umore puntuarekin gure zerbitzu zabaltzeko modua izango baita.

Errepikagarriak garen arren, komeni da beste behin esatea: aukeratzeko den formatua zure audientziaren araberakoa da, beraz, zure erosle-pertsonarako garrantzitsuenak diren komunikazio-kanaletan pentsatu behar duzu. Baina ez itsatsi formatu bakarrari. Horregatik, iragartzeko izango ditugun gastuak ere kontuan hartu beharko ditugu eta poltsikoan hobekien egokitzen den formatua aukeratu.