

KANALAK

Gure produktua sustatzeko, hau da, gure produktua ezagutarazteko egingo ditugun ekintzak honako hauek izango dira. Jarraitu daitezkeen komunikazio-estrategia asko daude; adibidez, AIDA eredua mahai jokoen strategiari aplikatzea. Banaketa-kanalak ere badaude, hala nola salmenta bitartekari baten bidez egiten da, hau da, supermerkatuak, jokalekuen eta abarren bidez. Gainera, zuzeneko salmenta beharrezko kanala da; argitaletxeak zuzenean saltzen dio azken bezeroari, denda fisiko batekin edo online batekin.

Gure kasuan, biak erabiliko ditugu, onura handiagoa ematen baitigu; izan ere, denda fisikoetan eta online dendetan saltzean, gure monopolioa ezagunagoa da, eta eskari handiagoa du jaiotzan eta nazioartean.

Orain, Gabonak gerturatzen ari direnez, kontsumitzaileek gehien gastatzen duten garaia da, eta, beraz, zentzuzkoa da lehia garaitzeko gure mahai-jokoa ezagutaraztea. Dibertigarriagoa eta sortzaileagoa den zerbaiterako, bideo-marketina erabiliko dugu jendartean nabarmentzeko. Marketing animatuko bideoek ere aukera ematen dute beren xede-publikoarekin elkarreragiteko eta horren ondorioz salmentak bultzatzeko.

Bideo horretarako, gabonetako itxaropen perfektuak bezala egingo ditugu. Familia faltsu bat agertzen zen gure jokoa jolasten gabonetako arbola batekin, hau da, errealitate idiliko batekin, nostalgia hori bideoan harrapatuz eta gure bezero gazteenekin partekatzeko film labur dibertigarri bihurtuz.

Bideo hau telebista bidez bezala publiko egingo dugu, entzule gazte batekin (Boing, Clan, Disney Channel,...), bideo audioa bezala edo irrati bidezko iragarkiren bat goizez eta arratsaldean, orduan jasotzen baitituzte familiek ikastetxeetako etxeko txikienak.