



ostiko bidaiari

KANALAK

Gure proiektua aurrera eramateko eta bezeroetara iritsiarazteko, ezinbestekoa da gure kanalak zeintzuk eta nolakoak izango diren erabakitzea. Gure zerbitzua pertsona gehiagotara iristeko kanal desberdinak erabiliko ditugu, haien arteko oreka mantentzea ezinbestekoa baita guretzat, izan ere, kanal mota bakoitzak haren alde on eta txarrak ditu. Zuzeneko kanalei dagokionez, alde positiboa erraztasuna da, oso erraza baita etxetik laguntza jasotzea, gainera, baliabideak nahiko merkeak dira. Zeharkako kanalei dagokionez, laguntza pertsonalizatua jasotzea eta gertutasuna transmititzea da bezeroentzat alde positiboa. Alde negatiboa berriz, enpresarentzat baliabide hauek nahiko kostutsuak izan daitezkeela da.

Hasteko, zuzeneko kanal bat erabiliko dugu, honetarako Interneten webgunea sortuko dugu, ostikobidaiari.eus. Bertan gure hotel guztien informazioa bilduko dugu: tarifak, ekintzak, egun berezien datak... Honen bitartez, bitartekariak erabiltzea saihestuko dugu, hau da, ez ditugu baliabide materialik erabili beharko eta prezioa ez da bereziki altua izango, webgune bat sortzeko eta mantentzeko pertsona bakar bat kontratatu beharko dugu eta. Hau kontuan harturik, gure enpresaren kostuak murriztea ahalbidetuko dugu, enpresaren irabaziak optimizatuz.

Bestalde, zeharkako kanal bat ere erabiliko dugu, hotel bakoitzean harrera bat izango baitugu. Harrera horretara deitzeko edota joateko aukera izango dute bezeroek, eta honela langile batek tarifak, ekintzak eta abar azalduko dizkie. Era honetan gertutasuna transmitituko dugu, eta gainera, langile gutxi kontratatu beharko ditugu, gastua merkea izatea ahalbidetuz. Aurrerago "kostuak" atalean aipatuko dugu gure kostuen antolakuntza eta langileen soldatak nolakoak izango diren.

Amaitzeko, elkartutako kanalak ere erabiliko ditugu, hau da, beste enpresa edo taldeekin elkartuko gara gure hotelak publiko zabalago batera iritsiarazteko. Enpresa hauek *trivago* eta *booking* erako enpresak izango dira, eta nahiz eta irabazi-marjina



ostiko bidaiari

eskasagoa izan, gure hotelak bezero kopuru askoz handiago batera iristera ahalbidetuko dugu.

Aipagarria da bezeroek gure produktua ikusi eta erabili artean bost faseko prozesu konplexu bat biziko dutela. Pertzepzioa izango da lehen fasea; hau publizitatearen bidez egingo dugu eta honetan gure hoteleko oinarriak eta bezeroek bertan aurkitu dezaketena transmititu nahi dugu. Publizitate honen bidez, bezeroek gure hotela gune eroso, dibertigarri eta ekonomikoki eskuragarri gisa ikusiko dute. Honek, gure enpresa haztea ahalbidetuko du, ikasteko eta abenturak bizitzeko prest egongo diren bezeroak erakarriz.

Bigarren fasea ebaluazioa izango da. Gure nahia bezeroek hotelaren ebaluazio positiboa egitea da. Honetarako, webgunean eta beste hainbat guneetan gure hotelari buruzko informazioa eskainiko dugu, ezinbestekoa baita ebaluazioa informazio guztia jakinda egitea. Gure bezeroek gure hotela originala dela pentsatzea nahi dugu, horrekin batera, merkea izatea ere. Gainera, haientzat prestatuta dagoela sentitzea nahi dugu, hortaz, gurekiko gertatutasun bat sentituz.

Hirugarren fasea erosketak izango da, eta bezeroek hau gure zeharkako eta zuzeneko kanalak erabiliz egin dezakete. Prozesua erraza izango da, soilik egunak, ekintzak eta otorduak nahi dituzten erara aukeratu beharko dituzte, erreserba bat eginez eta ordainduz.

Laugarren fasea nahiko berezia izango da gure kasuan, izan ere, gure entrega ez da produktu bat izango, esperientzia bat baizik. Esperientzia honen bitartez era merkean kultura berri bat ezagutzea ahalbidetuko diegu bezeroei. Gure nahia haiek eroso eta dena haientzat egokituta dagoela sentitzea izango da momentu oro.



ostiko bidaiari

Azken faseari dagokionez, salmenta ondorengo fasea alegia, webgunearen eta beste aplikazioen bidez bezeroek gure hotelaren kritika bat egitea nahiko genuke, honela ikasteko eta hobetzeko aukera izango baitugu. Bestalde, haien iritzia guretzat garrantzitsua dela transmitituko diegu, berriro ere, gertutasuna adieraziz. Kritika hori gure webgunearan egiteko aukera izango dute, baina teknologiekin trebeak ez diren horiei aukera emango diegu gure hoteletako harreretan kritika hori eskuz egin ahal izateko, haien iritzia ere garrantzitsua baita.

Laburtuz, kanal zuzenak eta zeharkakoak erabiliz, gure bezeroek informazioa eskuratzeko eta erreserba egiteko erraztasuna edukiko dute, era berean, guk haien iritzia jakiteko aukera edukiko dugu.