



FITORE

KANALAK

Banaketa eta komunikazio kanalei dagokienez, gure zerbitzua, kasu honetan aplikazioa dena, bezeroarengana helarazteko hainbat estrategia jarraituko ditugu. Horretarako, kanalen bitartez lortuko dugu gure proiektua merkatu segmentuetara iristea, gure balio-proposamena helarazteko helburuarekin.

Helburu nagusia, bezeroarengana iristea da, horrela, gure aplikazioa ezaguna egingo da eta gero eta bezero gehiago izango ditugu, hau da, gero eta etekin gehiago.

Gure helburuak betetzeko, kanal zuzenaren bidez erakarriko ditugu bezeroak. Kanal zuzenak dira bitartekaririk izatea saihesten duten; adibidez, saltzaile lantalde batek osatutako salmenta-maila edo Internet bidez saltzeko on line denda. Gure kasuan, kanal zuzena *play store*, *apple store* edo *google* izango dira. Horretaz gain beste baliabide batzuk ere edukiko ditugu gure aplikaziora erabiltzaile gehiago erakartzeko.

Kanalak lehen aipatu bezala, harreman-guneak dira, eta bost fasez osatuta daude:

Batetik, **pertzepzioa**, hau da, gure zerbitzuei buruz bezeroek informazioa edukitzeko publizitatea egitea. Publizitatea egiteko hainbat modu erabiliko ditugu: lehenik eta behin, kirol taldeek gure aplikazioa erabiltzeko aukera izango dute eta trukean gure aplikazioaren publizitatea egingo dute, eta, ondoren, funtsezko sozietateen atalean aipatu bezala, Coolinary enpresarekin elkartuko gara eta haiek ere gure aplikazioaren iragakargia jarriko dute beraien webgunean. Horrela, gure merkatu segmentuaren nutrizioarekiko pertzepzioa aldatuko da, hau da, bezeroak gure aplikazioarekiko lotuago sentituko lirateke. Estarerako, gure aplikazioa erabiliko duten kirol taldeko partaideak, osasuntsuak dira, eta forma fisiko ona dute. Hori dela eta, bezeroek gure aplikazioarekiko pertzepzioa aldatuko dute, izan ere, kirolarien egoera osasuntsua gure aplikazioarekin lotuko dutelako.

Bestetik, **ebaluazioa** eta horretarako gure balorezko proposamena bezeroek epaituko dute eta horrela gure aplikazioa hobetzen saiatuko gara. Guk kasu honetan egingo duguna zera izango da: aplikazioa eskuragarri egon baino lehen erabiltzaile batzuei hura deskargatzeko ahalmena emango diegu, horrela gure aplikazioa erabiltzeko aukera edukiko dute eta beren iritzia emango digute; zer hobetuko luketeen, zer gustatzen zaien, zer ez... Froga moduan aplikazioa eskuragarri edukiko dutenak estrategikoki aukeratuko ditugu. Horiek aukeratzeko garaian hau begiratuko dugu: Adina (hainbat adin tarteko pertsonen iritzia edukitzeko), sexua (bai emakumezkoen eta bai gizonezkoen iritzia edukitzeko),



FITORE

bizilekua (lurralde ezberdinetako pertsonen iritziak edukitzeko)... Hau da, gure hasierako balio proposamena gauzatzeaz gain, egokitzeko eta hobetzeko lagungarria izango zaigu.

Hirugarren fasean, **erosketa**, bezeroek aplikazioaren barnean estandar edo premium izatearen truke ordaindu beharko dutena izango da. Gure aplikazioan hiru maila ezberdin egongo dira: Oinarrizkoa, estandarra eta premiuma. Aplikazioa deskargatzea doain izango da *Apple Store* edo *Play Store*n, ondorioz, oinarrizko maila doain izango da. Baina gero, irabazi iturrien atalean azaldu bezala, estandarra eta premiuma eskuratzeko gehiago ordaindu beharko da (2.99€ eta 4.99€ hilean).

Entregari dagokionez, aplikazioa deskargatu ostean, erabiltzaileek haien mugikorretan edukiko dute gure aplikazioa. Ondorioz deskargatu eta gero, aplikazioa “entregatu” egingo dela esan daiteke. Erabiltzailea nahi adina sartu ahal izango da aplikazioan.

Azkeneko fasea, **salmentaren ondorengoa** izango litzateke, hau da, arazoren bat egongo balitz aplikazioan, gurekin kontaktuan jartzeko aukera izango dute eta bertan agertuko da gure gmaila eta telefono zenbakia eskuragarri edozeinentzako.

Beraz, gure kanalak erabiltzeko errazak izango dira. Horrek bezeroak erakarri ditzakeela uste dugu.