



KANALAK

Aplikazioa garatzen hasi aurretik, ezinbestekoa da jakitea non salduko dugun garatuko dugun produktua. Gure kasuan, aplikazio bat denez, interneten salduko dugu, baina oso garrantzitsua da jakitea zer baliabide erabiliko ditugun gure produktua jendeak deskarga dezan, hau da, hasieran erabiltzaileak nola erakarriko ditugun.

Aplikazioa eskuratzeko modua garatzen joango da aplikazioa handitzen doan heinean. Lehenik eta behin, ezaguna den Android sistema eragilean egongo da eskuragarri gure aplikazioa. Bertan, erabiltzaileek aplikazioa Google Play-etik jaitsi beharko dute erabiltzeko. Aplikazioa garatzen denean, erabiltzaile kopurua ere handitzen joango da. Garatze horrek onurak ekarriko dizkio gure enpresari, izan ere, gure aplikazioa beste plataformetan egoteko interesa sortuko da. Interesa handia



denean gure aplikazioa beste sistema eragiletan eskuragarri jarriko dugu. Horretarako beste enpresek ordaindu egingo digute gure aplikazioa beraien plataformetan egoteko aukera izateko. Sistema horietako bat Apple izango da, bertan erabiltzaile kopurua handia delako, ospe handiko sistema eragilea baita.

Orduan, aplikazioa online bakarrik egongo denez eskuragarri, Google Play-en hain zuzen ere, guk erabiliko dugun kanal mota zuzena izango da, hau da, ez dugu beste enpresa baten beharra izango gure aplikazioa erabiltzaileengana iristeko, aplikazioa deskargatu ondoren gailuan bertan agertzen baita. Kanal honek fase ugari ditu, eta horietako bakoitza gure enpresari egokitzea ezinbestekoa da honek aurrera egin dezan.

Pertzepzioari dagokionez, jendeak gure aplikazioa euren eguneroko beharrekin lotzea lortu nahi dugu, horrek erakarriko baititu aplikazioa deskargatzera. Hau da, iragarki desberdin askoren bitartez, jendeari erakutsiko diogu ez daukatela baliabiderik mendira joatean, ez baitago aplikaziorik doan mendi bideak erakusten dituen. Euren beharrak azpimarratu ondoren, gure aplikazioak egiten duena eta haren funtzionamendua erakutsiko dugu, jendeak ikus dezan gure aplikazioa mendi bide ezezagunak jende berriarekin ezagutzeko modu bikain bat dela.

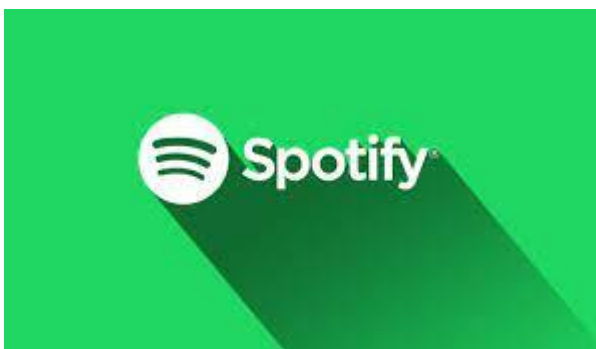
Kanalaren beste fase bat ebaluazioa da, hau da, gure bezero eta erabiltzaileek nola ebaluatuko duten gure aplikazioa. Horretarako, Google Play-ek ematen duen baliabide bat erabiliko dugu, izan ere, bertan dagoen edozein aplikaziori balorazio bat emateko aukera ematen du Google Play-ek. Guk, balorazio horien arabera, aplikazioari gauzak aldatuko dizkiogu, erabiltzaile gehiago erakartzeko eta erabiltzaileak direnak aplikazioarekin gustora egoteko asmoz.



Erosketaren eta entregaren kasuan, biak Google Play-en bitartez egingo ditugu, izan ere, bertatik salduko dugu gure aplikazioa, eta deskarga ere, hau da, entrega, bertatik egingo dugu. Ez dugu denda fisikorik edukiko ez aplikazioa erosteko ezta entregatzeko ere, bi faseak internetez egingo ditugu.

Gure bezeroetara iristeko moduetako bat gure aplikazioa telebistako programa batera eramatea izango da. Bertan, produktuaren publizitatea egiteko helburuarekin, gure aplikazioaren funtzionamendua eta helburua azalduko dugu, ikusleak gure aplikazioa deskargatzeko gogoia eduki dezaten. Telebista programetara gonbidatuei normalean ordaindu egiten zaien arren, guk ez genieke dirurik eskatuko, izan ere, programan publizitatea eginez bezeroak lortuko genituzk, hau da, programara joango gara aplikazioaren publizitatea egitearen truke.

Horrez gain, beste ideietako bat telesail baten tartean aplikazioaren iragarki bat jartzea da. Baina telesailen artean iragarkiak jartzea garestia denez, asierako mailegutik eta diru laguntzetatik oraindik ere dirua badugu bakarrik egingo dugu. Adibide bat "El Conquistador del Fin del Mundo" bezalako telesail bat da, Euskal Herri osoan eta beste hainbat lurraldeetan oso arrakastatsua den programa bat baita.



Erabiliko dugun beste baliabide bat Spotify-en iragarki bat jartzea da. Gaur egun jende askok erabiltzen du Spotify aplikazioa musika entzuteko, bai gazte eta bai helduek. Beraz, abestien tartean audiozko iragarki bat jartzea oso modu egokia da merkatuaren segmentazioan identifikatu genuen merkatura iristeko, gure aplikazioa ia edozeinentzat baita egokia. Halere, Spotify-ri

diru kopuru bat ordaindu beharko genioke bertan publizitatea egiteko, eta horretarako maileguan lortutako dirua erabiliko genuke.

Horrez gain, erabiltzaileak erakartzeko eskuorriak jarriko genituzke leku espezifiko batzuetan, hortik pasatzen diren pertsonak har dezaten. Adibidez, herriko plazetan, izan ere, pertsona asko pasatzen dira toki horietatik egunean zehar, eta horrela, pertsona gehiagok ikusiko dute gure eskuorria. Ondorioz, gure aplikazioaren ezaugarriak ikusiko dituzte modu erakargarri batean eta nola desberdintzen garen erabilera antzekoa duten beste aplikazioetatik. Ezaugarri horiekin erakarriko ditugu erabiltzaileak, eskuorri erakargarri batean ezarrita.



Azkenik, bezeroak erakartzeko modu bat egunkarietan gure aplikazioaren azalpen bat jartzea da. Aplikazioa jende helduari ere zuzendua dagoenez, gure produktua eurei saltzeko modu bat da egunkarietan aplikazioa agertzea da, jende helduagoak egunkaria irakurtzeko ohitura baitu. Bertan, aplikazioaren funtzionamendua eta erabilerraztasuna azalduko lirateke, eta edonork erabil dezakeela azpimarratuko genuke, jende helduak ikusteko eurek ere erabil dezaketela nahiz eta ez eduki erraztasunik teknologian.



Beraz, aplikazioa hasieran Androiden bakarrik egongo da eskuragarri, eta erabiltzaile kopurua handitu ahala leku gehiagotan egongo da erabilgarri (Apple, GPSak...). Horrez gain, hasieran bezeroak eskuratzeko baliabide asko erabiliko ditugu, hala nola telebista programa batera joatea, Spotify-en anuntzioak jartzea, egunkarietan gure aplikazioa azaltzea etab. Erabiliko dugun kanala zuzeneko izango da, pertzepzioa, ebaluazioa, erosketa, entrega eta salmenta ondorengoa Google play-en bidez eskainiko dugulako. Horren ondorioz, ez dugu enpresa gehiagoren kolaboraziorik behar, hauek denek aplikazioak hasiera on bat edukitzea bermatuko digutelako, eta honela enpresak aurrera jarraitu ahal izango du.