

## 6. BEZEROAREKIKO HARREMANAK

Bezero-harremanak zure bezero-basea nola eskuratu, atxiki eta zabaltzeko modua definitzeko aukera ematen duten estrategia guzti hauek dira. Besteak beste, zure mezuen eta balio-proposamenaren segmentazioan eta pertsonalizazioan oinarritzen da presentzia duzun kanal ezberdinen bidez.

Gure helburua proiektu hau modaren munduan ezagutaraztea da, zehazki arropa dendetan. Gure ustez, mundu horretan sartzen hasteko modua ona ikusle guztientzat eskuragarri dauden markak izatea litzateke eta, aldi berean, errekonozimendu ona izatea, ospea lortu eta gero, denborarekin, gure proiektua eta gure enpresa "The mirror" ezagutarazteko. Horrela, marka handienetara heltzeko aukera izan ditzakegu, hala nola: Louis Vuitton, Balenciaga, Dior...

Marka eskuragarrienei dagokienez, aukera ona litzateke INDITEX taldearekin harremanetan jartzea (Zara, Stradivarius, Pull & Bear...) izan ere, ekonomikoki ikusle guztientzako eskuragarri daudelako, marka multzo bat direlako eta ospe handia daukatelako atzean. Modu honetan, publikoari gure produktua gustatzea lortzen badugu eta egingo dugun publizitatearen laguntzaz, pixka bat gehiago zabaltzeko aukera izango dugu.

Horregatik, bezeroekin (arropa dendekin) komunikatzeko izan dezakegun kanaletako bat, nagusiki iragarkiak izan daitezke. Iragarki onekin eta sinpleekin bezeroekin kontaktatzea, hau da, ikusleei gure produktuaren gauza nagusiak erakustea, hala nola, bere funtzioak edo funtzionamendua. Hau da, ikusleei gauzak argi transmititzea eta iragarki astunik ez egitea. Horrela, ozen eta argi ikus dezaten zer eskaini diezaikegun.

