

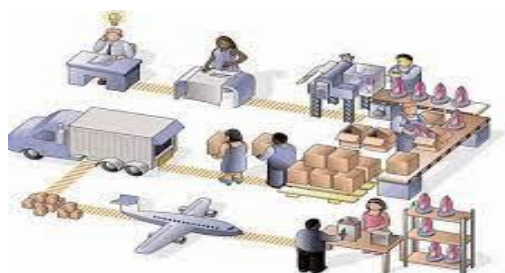
KANALAK

Hasteko, kanalak salmentetan erabakigarriak direla azpimarratu behar da, izan ere, horren arabera bezero kopuru handiagoa edo txikiagoa lortu dezakegu gainera hauek gure web orrian egiten dituzten kritikak eta iritziak oso lagungarriak izango dira gure enpresarentzat, izan ere, ezagutzen ez ditugun akatsetaz ohartaratu eta hauek konpontzeko soluzio bat bilatuko genuke. Beraz, ezinbestekoa da kanalen arteko konbinazio zuzena aukeratzea arrakasta lortzeko. Hiru kanal mota daude: Propioak (bezeroengana iristeko), elkartutakoak (denda elkartuen bidez produktuak saltzen dituzte) eta aurreko bien nahasketa eginez sortzen dena.

Gure enpresari dagokionez bi motako kanalak erabiliko ditugu, baina batik bat zuzenak. Alde batetik, kanal zuzenak internetetik egiten diren salmentak dira, eta gure enpresak web orriaren bidez egingo ditu mota honetako salmentak, Amazon bidez ere egingo ditugu salmentak baita ere Media Markt-eko web orritik egindako salmentak. Bestalde, zeharkako kanala produktuak denda batean saltzen direnean ematen da. Eta gure enpresak Media Markt-ekin egindako elkartearen ondorioz lortuko dugu kanal hau, "EcoBike"-a haien dendetan salduko delako.

Gure enpresaren funtsa gehien bat internetez saltzea izango da. Baina Media Markt-ekin akordioa dugunez, bere dendatan ere salgai egongo da gure produktua. Hori oso garrantzitsua izango da guretzat, hasieran bezero gutxi izango ditugulako eta Media Markt-en laguntzaren bidez, merkatuan sartzen hasiko garelako pixkanaka. Pertzepzio gehiago lortzen dugun heinean, internetez gehiago salduko dugu. Internet bidez egiten ditugun salmenta horietan, produktua bezeroengana iristeko banaketa-enpresa bat kontratatuko dugu. Horri dagozkion gastuaren zati bat bezeroek ordainduko dute bidalketa-gastuen bitartez, horrela guri gastuak arinduko dizkigute.

Zuzeneko eta zeharkako kanalak hainbat abantaila eta desabantaila dituzte. Alde batetik, internetez egindako salmenten bidez, hau da,



kanal zuzena erabiliz, ez dugu irabazien portzentai bat saldu den dendari eman beharrik, baina bidalketa-gastuak ordaindu beharko dituzte gure bezeroek. Bestalde, zeharkako kanalaren bitartez erosten badute gure produktua, Media Markt-etik saldutako salmenten ehuneko bat Media Markt-eri eman beharko genioke, baina bezeroek ez zuten produktuak balio duena baino gehiago ordaindu beharko.

Bezeroekin komunikatzeko, gure webgunean izena eman eta bMhiX *premium* erosten dutenei, korreoz bidaliko dizkiegu gure enpresako berrikuntzak eta eskaintza bereziak. *Premium* dutenei bertatik emango diegu beraien pribilegio edo abantailen berri. Horretaz gain, pertzepzioa lortzeko instagrameko kontu bat sortzea pentsatu dugu, gaur egun sare sozialek izugarriko eragina dutelako gizartean eta iruditzen zaigulako gure enpresari asko lagunduko diola zabaltzeko garaian, baita target espezifiko batera iristen lagunduko digu. Bertan gure produktuen argazkiak igoko ditugu, gure bezeroek bidalitakoak “EcoBike”-a erabiltzen, sortzen ditugun produktu berriak, dendako berrikuntza... Horrek jende guztiak gure berri izatea eragingo du, gure ospea areagotuz, eta ondorioz, bezero kopurua handituz.

Kanal mota horiez gain, beste bi kanal mota daude; propioa eta elkartutakoa. Kanal propioa etekin marjina handiagoa eskainiko digute, baina horiek ezartzea eta kudeatzea garestiago aterako litzaiguke. Elkartutako kanalek berriz, aukera sorta zabala hartzen dute nahiz eta irabazi marjina txikiagoa izan. Onurei dagokienez, nahiz eta marjin txikiago bat eskaini, gure kanal propioak erabiltzean baino bezero kopuru askoz handiagoarengana iristea ahalbidetzen digute. Gainera, aipatuako kanal elkartuen indar komertzialari ere etekina atera ahal izango diogu

Kanalak hainbat fase dituzte:

Pertzepzioaren fasea: Hasiera batean, Media Markt-en bidez saldu beharko dugu gure produktua ez garelako enpresa ezaguna izango. Bizikletak saltzen joan ahala gure enpresa jendeak ezagutzea lortuko dugu eta pixkanaka gure bezeroak areagotuko dira. Prozesu hori azkartzeko instagram kontu baita ere sortuko dugu, gaur egun sare sozialak gizartean inpaktu handia baitute. Instagramen gure produktuaren inguruko gauzak argitaratuko ditugu. Gehien bat gure “EcoBike”-aren ezaugarriak, jasagarria dela, autoekoizlea, dirua aurrezteko balio duela... jendeak

izan dezan eskaintzen ditugun abantailen berri eta gure produktua erostera anima daitezten. Egongo diren promozioak eta oferta eskusiboak ere agertuko dira sare sozialan modu desberdinetan, argazkietan edo bideoetan.

Ebaluazioaren fasea: Bezeroek gure produktua jaso baino lehen, “EcoBike”-aren balio proposamena ebaluatzen dute, hura erosi ala ez erabakitzeko. Horretarako MediaMarkt-eko denda nagusietan produktuaren inkesta bat egingo duten langileak egongo dira, inkesta produktuaren buruzko galderak eta iritziak erantzutea eta ematea eskatuko zaie, gero enpresako langileek inkestaren erantzunei buruzko informeak osatuko dituzte garapena sustatzeko, akatsak konponduz. Gure produktuaren balio proposamenak ezaugarri hauek ditu: berritzailea dela, erabilerraza, pertsonalizatu daitekeela, eskuragarria dela eta prezioa egokia daukala. Gainera gure produktua gehienbat dirua aurreztearen arrazoiarengatik erosiko digutenez, erosten gastatutako dirua berreskuratzea ahal izango dute. Bestetik energia berriztagarriak sustatzearen alde dagoen jendea ere izango da gure bezeroen parte, “eco friendly” delako eta azkenik, kirolariak diren pertsonak ere erosi ahalko dute “EcoBike”-a kirola egitea ahalbidetzen duelako.

Salmentaren fasea: “EcoBike”-a erosteko erabakia hartu ondoren, gure produktua erosteko tokia erraz aurkitzen dutela ziurtatu behar gara. Horretarako online denda sortuko dugu gure webgunean, etxetik mugitu gabe eskuragarri izan dezaten gure makina. Bestalde Media Markt-eko dendetan ere eskuragarri egongo da “Eco Bike”-a eta bezeroek pertsonalki erosi ahal izango dute.

Entregaren fasea: Lehen aukera, eskaera dendan jasotzea izango litzateke, eta bigarrena, *online* bidez eskatu eta etxean jasotzea garraio bidez. Horretarako, lehenik eta behin produktu kantitate proportzionatu bat denda eramango dugu, bertan saldu dadin. Garraioaren bidez transportatuak izango dira eta bukatzen direnean, berriro ere produktu kantitate bera eramango dugu dendara. Bestalde, online saltzerakoan, salmenta nagusiak gure webgune propiotik erakarriak izango dira, www.bMhiX.com webgunean salduko dira. Entregak zehazteko bezeroak hainbat datu pertsonal jarri beharko dituzte, webgunean jardungo duten langileek datu horietatik abiatuta kamioi bidez eskatutako produktuak eramango dizkiete. Gainera, organizatzaile bat kontratatuko dugu produktu asko kamioi batean

eramateko behar den organizazio lanak kudeatzeko, horri esker ruta espezifiko bat sortuta, produktu gehiago eramatea lortuko dugu kutsadura eta garraiobidearen kostua gutxituz.

Salmenta ondorengoa: Gure produktua erosi ondoren, bezeroei webgunean lehiotxo bat aterako zaie eta bertan produktua izarrak erabilia baloratzeko eskatuko diegu, 1etik 5era, zeinean 5 balorazio onena da. Eta gero beharrezkoa ikusten badute iradokizunak egiteko laukitxo bat ere izango dute behean, beraien kexuak, hobetzeko proposamenak edo dena delakoak adierazteko. Guk erabilitako kanalak bezeroentzat onuragarriak izango dira, erabiltzeko errazak izango baitira. Gure ustez, oso garrantzitsua da web orria erabilterraza izatea, izan ere, gerta liteke web orriaren erabilera zaila izatea eta hortaz bezeroaren pazientzia agortzea, gure produktuari erosteaz utziz.