

Bezero harremanak

Canvas ereduaren bereizten den bezero harremanetan hiru motibazio mota beredesberdin daude. Lehenik gure enpresak bezeroak erakartzeko erabiliko dituen harremanak aztertuko ditugu. Ondoren, enpresak dagoeneko dituen bezeroak mantentzeko erabiliko dituen harremanak eta azkenik salmenta kopurua handitzeko beharrezkoak direnak.



Aipatu beharra dago, Canvas ereduko merkatu segmentazioan oinarritu gara hurrengo hauek zehazteko. Atal honetan zehaztu genuen gure zerbitzua hiru merkatu segmentu nagusiri zuzenduta dagoela, nahaste psikologikoak dituzten gazteak, bizitza osasuntsu orekatu bat izateko prest dauden hasiberriak eta azkenik kirol elkartek.

BEZERO edo KONTSUMITZAILE BERRIAK ERAKARRI

Gure enpresak hainbat bide erabiliko ditu enpresaren berri emateko eta bezero berriak erakartzeko.

- SARE SOZIALAK

Sare sozialak oso garrantzitsuak dira gaur egungo gazteen bizitzan. Canvas ereduko merkatu segmentazioaren atalean aipatu dugun bezala, gure enpresaren bezero potentzialetako batzuk gazteak dira, bereziki nahaste psikologikoak jasaten dituztenak edota bizimodu sedentario bat dutenak. Erabiliko ditugun sare sozialen artean: Instagram, Facebook eta Twitter, kanpaina desberdinen bitartez, bezero posiblei gure enpresak eskeintzen dituen zerbitzuak adieraziko dira.

- IRAGARKIAK

Gure enpresaren publizitate kanpainak hurrengo puntu hauetan azaltzen diren modutan argitaratuko dira:

- Osasun aldizkariak. Estatistiken arabera, bizimodu sedimentarioa atzean utzi eta bizimodu osasungarria izatea nahi duten pertsonen osasunarekin lotutako aldizkariak kontsumitzen dituzte. Hauek aukera onak izan daitezke gure enpresaren publizitate kanpainiak bertan egiteko.

- Telebista saioetan. Gehienetan sedentarismoa eta telebistaren kontsumoa erlazionatuta ageri dira hainbat ikerketatan. Gure enpresaren iragarkiak telebistan agertzea interesgarria izan daiteke bizimodu osasungarria ez duten pertsonengan ohitura aldaketa bat egiteko beharra pizteko. Zehazki, iragarkiak sukaldatzeko saioen atsedenetan agertzea izango litzateke helburua
- Sare sozialak. Pixkanaka sare sozialetan (Facebook, Instagram, Twitter...) iragarkiak geroz eta maiztasun handiagoarekin ageri dira. Gure enpresa egunera egotea eta sare sozialetan publizitate gisa agertzea oso garrantzitsua litzateke gure jarraitzaile ez direnak gerturatzeko.

- ADITUAK

Bezero berriak gure enpresara gerturatzeko beste metodo bat adituen bitartezko harremana da. Aditu batek independienteki Body & Balance eskaintzen ditugun zerbitzuak eskaini ezin baditu edota gure enpresak bere lana osatuko duela ustez gero, gurekin kontaktuan jarriko dira eta ondoren batera lan egingo dugu. Honen adibide izan daiteke, psikologo autonomo batek gure zerbitzuen beharra duen bezero bat izatea demagun nutrizionista baten eta entrenatzaile pertsonal baten beharra duelako. Psikologo hau, Body & Balance-n aliatu dena, gurekin kontaktuak jarriko da eta bere bezeroa guztion bezero bihurtuko da. Bi enpresek batera lan egingo dute eta bezeroari bere beharretara moldatutako zerbitzu bat eskainiko diote.

DAGOENKO ENPRESAREN BEZERO DIRENAK MANTENDU

Gure enpresa eta bertako bezeroek bi modutako harremanak izan ahalko dituzte. Hurrengo hauek sailkatu ditugu:

- ZUZENENKO HARREMANAK

Bezeroak Body & Balance-ko bulegora gerturatzeko aukera izango dute eta bertan enpresako adituekin hitz egingo dute aurrez aurre bilera batean. Gainera telefonoz edo bideo-deiez lan egiteko aukera ere izango dute.

- ZEHARKAKO HARREMANAK

Bulego digitala erabiltzeko aukera ere izango dute. Hau da, web orrialde eta sare sozialen bitartez, bezeroak 12 orduko komunikazioa izan ahalko du enpresarekin zerbitzua jasotzeko edo bestelako zalantzak argitzeko.

Gure enpresaren gainerako ezaugarrietako bat zerbitzu pertsonalizatua da eta ondorioz, horrelakoa izango da bezero-enpresa harremana ere. Gainera, gure zerbitzua epe luzerakoa izango da harpidetzaren bitartezko ordainketa bat ematen delako eta adituek bezeroak hasieran jarritako helburuak bete dituela ziurtatzean amaituko da.