

8 . ATALA: FUNTSEZKO JARDUERAK

Flavourlce

Gure enpresan argi ditugu gure helburuak, eta horiek garatzeko 4 tresna erabiliko ditugu, funtzionamendu eraginkorra, azkarra eta segurua lortzeko.

Lehen izendatu ditugun galdeketak lortzeko erabiliko dugun lehen tresna egingo dugun marketin-kanpaina indartsua izango da. Publizitatearen bidez, bai sare sozialen bidez, bai ohiko beste komunikabide batzuen bidez. Salmenten promozioak ere erabiliko ditugu bezero berriak erakartzeko. Gainera, bezeroek salmenta pertsonalizatua jasoko dute, hiler aldizkari bat bidaliko baitzaie gure enpresan eta gure produktuan izan diren berrikuntzekin. Enpresaren zutabe nagusietako bat tratu pertsonalizatua eta atsegina izango da, publizitatearen erabilera bultzatzeko. Eta, azkenik, ekimenak aurrera egin ahala, merchandasing-teknika batzuk garatuko ditugu, nahiz eta hori etorkizunerako ikuspegiarekin planifikatuta izan. Hauxe da gure marketin-kanpaina indartsuaren laburpena, nahiz eta enpresak aurrera egin ahala horren teknika berriak garatzen joango garen.

Erabiliko dugun bigarren tresna bezeroek gure produktua eskusiboa eta, aldi berean, edozein poltsikotarako eskuragarria dela ikustea izango da. Hori gauzatzeko, lehen aipatu dugun bezala, produktuaren hainbat gama egongo dira. Goiko gamak abantaila bat izango du: pertsonalizatu ahal izatea, bezeroak eskusibotasun gehigarriarekin ikus dezan. Horretaz gain, edizio mugatuak aterako ditugu data jakin batzuetan, diseinu desberdinekin, prezio merkeagoan. Bi teknika horiekin lehen aipatu dugun eskusibotasuna lortuko dugu.

Hirugarren tresna da bezeroari enpresan integratuta sentitzen lagunduko diona. Arestian aipatu dugun bezala, hiler haiekin harremanetan jarriko gara lehen aipatutako aldizkaria bidaltzeko. Gainera, bezeroarentzako 24 orduko arreta-zerbitzua dugu, berehalako, doako eta kalitaterik handieneko arreta bermatzen duena. Lehen aipatu ditugun bitartekoak ere baditugu: Instagram eta Gmail.

Gaur egun BOSCH enpresarekin elkarlanean ari gara, eta hemendik aurrera ere horretan jarraitzeko asmoa dugu; izan ere, Alemania bezalako herrialdeetako enpresa handiekin negoziatzen ari gara, herrialde hori etxetresna elektrikoekiko ekoizpenean espezializatuta baitago, eta aurrerago gure negozioa Europatik kanpo ere zabaldu ahal izango dugu, adibidez,

Estatu Batuetan. Taktika hau gure produktua mundu osoko ostalariengana iristeko erabiltzen dugu, baita horiei laguntzeko ere, egunez egun. Aurrekoari dagokionez, etorkizunera begira, BOSCH baino zabalagoak diren eta gure alorrean botere handiagoa duten munduko enprekin lankidetzan aritzeko asmoa dugu, gure irabaziak eta, aldi berean, gure kontsumitzaileen zorientasuna eta ongizatea handitzeko.