

## **6 ATALA: BEZEROEKIKO HARREMANAK**

Gure enpresara bezeroak erakartzeko, gure bezero potentzialak zeintzuk diren identifikatuko ditugu lehenik eta behin, eta, horrez gain, gure produktua oso ondo ezagutu.

Blog bat sortzeko ideia izan dugu, atal honetan gure enpresa-garapenari buruz hitz egingo dugu.

Horrek, gure bezeroek gu sakon ezagutzeko aukera ematen die, ez bakarrik gure produktuak,

baizik eta gure lan egiteko modua ere, enpresa garden eta zintzo bat bezala aurkeztu nahi baitugu gure burua. Gainera, atal honek gure etorkizuneko akzioak erosten lagundu ahal izango

du. Blog honetan, gure produktua zein ona den eta erosiz gero zein zoriontsua izango zaren iragartzeaz gain, garrantzi handia emango diogu produktu horren gehien interesatzen diren gaiak

kategorizatutako edukiak partekatzeari, hala nola haien funtzioak, gamak eta produktuaren eduki

berriak eta azken berrikuntzak...

Gure blogean Newsletter bat gehituko dugu. Newsletter bat argitalpen digitala da, eta posta elektronikoen bidez banatzen da aldizka (egunero, astero, hilean behin, bi hilean behin edo

hiru hilean behin). Newsletterrak interes artikulua desberdinek osatzen dituzte subskriptoreentzat,

mugitzen den markari edo sektoreari buruzkoak, eta CTA edo eskaintzaren batekin batera Premium eduki edo produktu/zerbitzu baterantz, horrela gure bezero potentzialei pieza berriak

argitaratzen diren bakoitzean abisatuko da, eta modu errazean automatizatuko dituen «Mailchimp» aplikazioaren bidez transmitituko dugu.

Markaren irudia ere txundigarria iruditzen zaigu gure publikoak kolore horiek gure produktuarekin

elkartu eta lotu ahal izateko; horregatik, enpresa deigarri eta bakarraren logotipoa sortzeaz arduratu gara.

Xehetasun txikiek ere garrantzia dute bezero berriak erakartzeko orduan, gorputz-hizkuntza izan

baitaiteke, bezeroarekin harreman bisuala izan gure informazioa aurkezterakoan baitaiteke; horregatik, puntu horiek asko hartuko ditugu kontuan.

10eko aurkezpen komertziala egin ahal izateko, produktu horren onuretan jarriko dugu arreta, eta

grafikoak sortuko ditugu gure bezeroentzako ideia bisualago bat osatu ahal izateko.

Horretaz

gain, doako probak edo zuzeneko erakustaldi pertsonalatuak sartzeko konpromisoa hartu dugu.

Networkin erantsiko dugu, hau da, etxetik eta online formatuan, ekitaldietan, webinarretan,

hitzaldietan eta gure sektoreari zuzendutako mota guztietako gertaeretan parte hartzea.  
Tresna

honen bidez, beste enpresa eta aditu batzuegandik ikasi ahal izango dugu, eta, gainera, gure kontaktuak zabaldu ahal izango ditugu. Amaitzeko, eslogan deigarri eta itsaskor bat sortu dugu, gure bezeroak erakarrita senti daitezen eta gure produktuarekin lotu dezaten.

Gure bezeroak gure markarekiko leial mantentzeko orduan, hainbat metodo ditugu, lehenengoa eta garrantzitsuena gure ohiko bezeroentzat, puntu-txartel bat gehitzea da, gure markaren erosketa-kopuruaren arabera, hau da, gure produktuen erosketa bakoitzeko, zenbait puntu gehitzen zaizkio txartel horri, eta, ondoren, gure markarentzat osagarriak doan eskuratzeko erabili ahal izango dira. Beste metodo bat bonuen bidezkoa da. Bonu horiek egindako erosketa bakoitzean entregatuko dira, eta bezeroak eskatuta erabiliko dira produktu jakin batzuetan beharpenak egiteko.