

BEZEROEKIKO HARREMANAK

Gure lana arrakastatsua izan dadin eta emaitza onak izan ditzan, argi dago bezeroak behar direla. Negozio bat hastean eta pixkanaka-pixkanaka zure bezeroak lortzeak abantaila asko ditu; hala ere, normalean irteera gutxiko enpresa bat kaltebera izan daiteke, bezero bakar bat galtzek ondorio handiak izan baititzake enpresan, gure kasuan porrota litzateke bezero gutxi izatea, web orri bat izanda. Bezero-base bat eraikitzen denean eta enpresa hazten hasten denean, erosle horiek fidelizatzeko unea da, ez galtzeko.

Lehen urratsa eta garrantzitsuena bezero berriak sortzea da. Gogoratu behar dugu bezeroa dela enpresa baten izateko arrazoia, enpresa horiek gure markan konfiantza dutelako eta beren dirua uzten digutelako haien beharrak asetzearen truke. Sekretua eta erronka bezero berriak nola erakarri eta, batez ere, nola mantendu jakitea da, eta gero hitz egingo dugu bezeroak mantentzeko eta fidelizatzeko moduez. Enpresa garen aldetik, uste dugu bezero berriak erakartzea ez dela hain gai eskusiboa, enpresaren bizitzako edozein unetan eta etapatan edozein erakunderi dagokion gaia baita.

Nola egitea, da garrantzitsuena, orain azalduko dugu nola egingo dugun bezero berriak erakartzeko. Lehenik eta behin eta garrantzitsuena gure bezeroak ezagutzea da. Gure bezeroen gustuak eta beharrak ezagutu behar ditugu. Horretarako merkatu azterketarekin eginu dugu, hau da, Datuak biltzen; lehen ahaliko datuak gu egindakoak (inkestak...) eta Bigarren mailakok, barne informazio aztertzen dutenak. Horiek asetzeko; horrek esan nahi du gure enpresak bezeroaren itxaropenak bete behar dituela, eta horretarako gure bezero ideala identifikatzen dugu. Bigarrenik, oso estrategia erabilia da, bezeroak modu organikoan erakartzean datza. Horrek plataforma eta sare sozialetan edukia sortzea esan nahi du, bezero potentzialen arreta erakartzeko. Helburua da marka aurkitzea eta marka horrek erakartzea. Eta beste modu bat bezeroak modu paganoan erakartzea da, komunikabide tradizionalagoetan (telebista, aldizkariak...) publizitatea eginez eta erakutsiz egin den bezala.

Gure webgunera gure bezeroak erakartzen dituen modu ohikoenetako bat publizitatea da. Marketina da bezeroak lortzeko gai nagusia. Joerak, teknologiak eta taktikak oso garrantzitsuak dira, oso garrantzitsuak baita gaur egun oinarritzea, bai telebistako publizitate-iragarkietan, bai sare sozialetan, bai kaleko publizitate-karteletan. Batez ere, publizitate-iragarki bat egin behar duzu, jendeak gure produktuan/zerbitzuan interesa izan dezan. Publizitate-iragarki batek argia izan behar du, era guztietako pertsonen uler dezaten.

Iragarpen hau nola egin jakiteko, arazo nagusia gizarte honetan aurkitu behar dugu. Hain zuzen ere, gure produktuak bigarren eskuko arropa erosteko aukera ematen du, eta jendeak aldaketa handia egin diezake, hau da, arropa bat igotzen duzu webgunera, neurriak, koloreak, produktuaren egoera eta zure ustez jarri behar duzun prezioa jarriz, eta beste pertsona batek bigarren bizitza bat emateko eros dezake, edo hura eraberritzeko eros

dezake, adibidez Converse All Star zapatila zuri batzuk zapatila beretan jarriz, adibidez, zapatilak, koloreak, produktuaren egoera eta marrazkiak. Prozesu horren ondoren, produktua erreformatu duen pertsonak berriro argitaratuko du bere produktu eraberritua, eta beste pertsona bat prest egongo da hura erosteko, produktu bakarra izango baita. Horrekin esan nahi dugu gure produktua ondo eskaintzen jakiteko arazoa aurkitu behar

dugula. Kontran daukaguna, da gaur egungo merkatuak eskaintzen duen arropa edonork lor dezakeela, baina gure webguneak ez du hori eskaintzen, jantzi paregabeak eskaintzen ditu. Eta hori da publikoari gustatzen zaiona, bakarrak izatea; izan ere, gaur egun, arropak gustatzen zaigun bezala identifikarazten gaitu, eta ez dago definitzeko modu hoberik bakarra izatea baino.

Beraz, gure publizitate-iragarkian aipatu beharko genuke nagusiki, eta ikuslea benetan identifikatu beharko litzateke iragarkiarekin eta interesatu.

Jarraitzeko, gure iragarkia argitaratu edo bistaratu ahal izateko, hainbat gunetan argitaratu beharko litzateke, adibidez, telebistako iragarki batean. Baina sare sozialak erabiltzea gustatuko litzaiguke. Gaur egun, teknologian gehien erabiltzen den aplikazioetako bat da. Adibidez, Tik Tok, ikerketa batzuek diote 1.000 milioi pertsonak baino gehiagok erabiltzen dutela Tik Tok hilerok. Beste sare sozial bat, adibidez, Instagram da, Espainian 20 milioi erabiltzaile izatera iritsi dena. Bi sare sozial horiekin bezero berriak erakarri ahal izango genituzke gure webgunea deskargatu eta erabiltzera.

Badakizu gaur egun marketin-prozesuak edo bezeroarekin harremana izateak erraztu egiten dutela teknologia berriak erabiltzea. Askok ukatzen badute ere edo ezagutzen ez badute ere, aparatu elektronikoen gehienek datu-baseren batean gordetzen dituzte gure bilaketak eta gustuak, eta, ondoren, hainbat aplikaziotako iragarkiak zure bilaketetan oinarritzen dira. Horregatik, lagun edo senitartekoren batekin hitz egiten duzunean eta behar duzun edo bilatzen ari zaren objekturen bat aipatzen duzunean, geroago, sare sozialen batean sartzean, iragarkiak objektu horrekin lotuta daude.

Guretzat garrantzitsua da bezeroak gure webgunea aukeratzen duenean, denborarekin webgunea bisitatu eta erabili nahi izatea. Horretarako, aplikazioa instalatu bezain laster, ireki aukera bat bisitariarentzat, eta bete inprimaki txiki bat zure datuen batekin, harremanari eusteko eta bezeroa gure webgunera erakartzen jarraitzeko. Bisitari bakoitzak datu pertsonal batzuk ematen dizkigu, hala nola: izena, adina eta emaila edo telefono mugikorra. Gure ustez, hiru datu horiek bezero bakoitzari bere adinaren eta gustuen araberrako profil bat erakustea erraztuko digute.

Gainera, denborarekin, noizean behin jakinarazpen edo mezu batzuk bidaliko ditugu, hobekuntzak, deskontuak eta bezeroarentzat webgunera erakartzeko elementuak dituztenak, bezeroarekiko harremanari eusteko.

Gure ideia da, bisitariak gure aplikazioan eta jardueran ematen duen denboraren arabera, deskontuak handiagoak edo txikiagoak izango direla. Adibidez, denbora asko erabiltzen ez dutenei deskontu handiagoak eskaintzea, arreta gehiago erakartzeko eta gure webgunea maizago bisitatzera gonbidatzeko. Eta denbora gehiago ematen dutenentzat, profil zehatzagoa ematen digutenez, bidaltzen dizkiegun deskontuak eta jakinarazpenak beren lehentasunetara egokituko dira. Hori guztia programa informatikoren batekin koordinatuta,

bezeroen lehentasunetan oinarrituta deskontu eta mezu horiek sortu eta bidaltzen dituen, bezeroaren arreta erakartzeko.

Webgunearen barruan, lehen esan dugun bezala, bisitari bakoitzari bisitatu dituen azken produktuetan eta bilaketetan oinarritutako profil bat egingo litzaioke, bakoitzari zer bilatzen ari den erakusteko. Horrela, gure laguntzarekin bilatzen duena aurkitzean, edozein

jantzi mota behar duenean gure webgunera joatera bultzatuko genuke.