

5. BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

Gure proiektua merkatuko segmentura iristeko, hainbat kanal erabiliko ditugu: komunikazio-kanalak (horretarako, gure produktuari buruzko bilerak, telefono-deiak eta elkarrizketa pertsonalak egingo ditugu), kanal idatziak (inkestak, eskuliburuak eta barne-komunikatuak erabiliko ditugu) eta, azkenik, kanal teknologikoak (mezuak, eta sare sozialak erabiliko ditugu, oso erabilgarriak izango baitira guretzat gure produktua ezagutarazteko).

-Posta elektronikoa: Gehien erabiliko dugun kanala posta elektronikoa da; izan ere, zereginak kudeatu eta jaso ditzakezu, hala nola fitxategiak partekatu eta zure kontaktuekin konektatu. Gainera, mezu elektronikoak erabil daitezke enpresa-informaziorako bitarteko nagusi gisa; langile berriak, oharrak edo iragarkiak...

-Bideo hitzaldiak: Bideo hitzaldiak ere oso erabilgarriak izango dira guretzat, lan egiteko eta komunikatzeko modu bat baita, gure arteko distantzia kontuan hartu gabe. Langileak nazioan edo nazioartean banatuta dauden enpresetan, hala nola gurean, gure produktua atzerrira salduko baitugu, zuzeneko komunikazioa ere oso beharrezkoa da. Adibidez, gure produktuak atzerrira esportatzeko beste enpresekin edo bezeroekin hitz egiteko modu erabilgarria da.

-Enpresa-bloga: Normalean komunikatzeko erabiltzen da: lan-prozesuetako zalantzei emandako erantzunak, gure plaken prestakuntzak, eduki informatiboa, hala nola, enpresa-ekitaldiak, etab. Halaber blog honekin gure plakak salduko genuke.

Produktuaren salmeta eta aplikazioari dagokionez bi modu daude:

- 1- Bezeroak gure lantegira etor dezake guk plakak han aplikatzeko eta orduan ez lukete garraio gasturik ordainduko.
- 2- Guk bezeroen etxeetara produktua eraman ahal dugu eta bertan aplikatu, beraz, garraio gastuak ordaindu beharko lukete, hau da, gasolina ordainduko digute egiten ditugun kilometroen arabera.

