

KANALAK

Erabakigarria da bezeroengana bezeroek eurek nahi duten moduan iristeko **kanalen konbinazio zuzena aurkitzea** merkatura balio-proposamen bat eraman eta **arrakasta lortzeko**.

Honakoak dira enpresa edota erakunde batek aukera ditzakeen kanal **motak**:

1. Bezeroengana iristea **kanal propioak** erabiliz (denda propioak, ohikoak zein online motakoak, eta komertzialak).
2. **Elkartutako kanalen bidez** (euren produktuak saltzen dituzten denda elkartuen bidez).

Gure kasuan 1. eta 2. puntuen arteko nahasketa bat egitea erabaki dugu.

Kanal propioarentzako, bezeroengana **webgune** baten bitartez heltzea erabaki dugu, webgune hau, **informazio** eta **online denda bat izatea** erabaki dugu. Webguneak bere funtzioa bete ahal izateko diseinu adiskidetsu eta erabiltzeko erraza izan beharko du. **Online dendan** ekitaldietako sarrerak, eta merchandaising-a salduko ditugu. Webguneari esker bezeroek edo parte hartzaileek, posta elektronikoz ekitaldietako sarreraren eskaera jasotzea ahalbidetuko die, bertan txartela agertuko da ordainagiria eta sarrera horren QRL batekin, baita ere, sarrera inprimatu dezakete.

Azkenik, gure azken kanala edo beste irabazi iturri bat hurrengo izango da, ekitaldi bakoitzean **denda/stand** bat egongo da, honetan hainbat produktu dauzkagu saltzeko. Stand hauetan ekitaldi desberdinen informazio aurkituko dute bezeroek beste ekitaldi batera joan nahi badute ongi informatzeko, honekin gure asmoa bezero berriak eta jandanik egon direnak beste ekitaldietara joatea da, horrela irabazi handiagoak lortuko ditugulako, beraz publizitate moduan erabiliko dugu ere.

