

## 6. BEZEROEKIKO HARREMANA

Bezeroek gure proposamenarekin bat egin ahal izateko, estrategia bat jarraitu behar dugu, estrategia horretan **Inbound marketina** jarraituko dugu. **Inbound Marketina** edo **Atrakziozko Marketina** teknika multzo bat da, non bezeroek gure produktuarekin bat egin nahi dugu, baina intrusistak izan gabe. Inbound teknika aurrera eraman ahal izateko asko lagunduko digute sare sozialak. Sare Sozialen erabilera lau puntutan banatuko egingo dugu.

Hasteko, bezero bati erakarri beharko diogu, horretarako produktua ezberdindu beharko ditugu besteetatik, adibidez, prezioarekin. Behin bezeroa erakarrita egingo duguna da bezero hau bezerogai batean bihurtzea, hau da, behin eta bezeroa gure produktuari buruz jakitean, bere publizitatean agertzea iragarkiekin bere Sare Sozialetan. Orduan, bi pausu hauek egitean, uste dugu gure Tupperra erosiko duela, orduan azkenengo pausuan sartuko gara eta saldu osteko zerbitzua da, zerbitzu hori datza, premia batzuk emanez edo kanaletan azaldu genuen bezala, fidelizazio-programa bat sortzea, horrela gure bezeroa ikusiko luke gure enpresak bezeroetan pentsatzen duela eta gure produktuarekin fidelizatu ahal izango luke.

Bezeroak fidelizatzeko hainbat estragiak erabili ahal dira, horietako bat da mezu elektronikoa bidali eskaintzak eta gauza horiek berri emateko horrela bezeroa fidelizatuko da, beste estrategia ona da inkestak egiten, inkestak egiten ailegatuko gara gure bezeroei zeren eta horrela haiek esan ahal digute zeintzuk dira gure enpresaren ahultasunak eta zeintzuk diren gure hobekuntza arloak.

Ere beste modu bat bezeroei ailegatzeko da ahots ahots "el boca a boca", ahots ahotsa ondo funtzionatzen du bezero berriak lortzeko baina "teknika" hau ondo funtzionatzeko eman behar dugu primerazko zerbitzua: bezeroentzako arreta, produktua denboran bidali eta jaso... horrela lortzen da harreman oso sendoa bezeroarekin

Sustanpenen bidez gure produktua pertsona gehiagorentzat eramango du, influencer bati gure produktua iragartzeko edo sustatzeko emango diogu horrela gure produktua marka aurpegi bat izango du eta errazago izango da pertsonentzat markarekin identifikatzea, horrela pertsona asko hitz egingo dute gure produktuari buruz eta ahots ahots teknika aplikatuko da.

**Bibliografía:**

**Inbound Marketing:**

<https://www.databranding.net/mktblog/c%C3%B3mo-saber-si-necesito-una-estrategia-de-inbound-marketing>