

## **6. BEZEROEKIKO HARREMANAK:**

Bezero berriak erakartzeko, hainbat metodologia erabiliko ditugu; Publizitatea, deskontuak, bazkide txartelak... eta denbora aurrera doan heinean baliteke beste teknika batzuen bitartez erakartzea jende gehiago.

Dauzkagun edo lortuko ditugun bezeroak mantentzeko; fidelitate edo bazkide txartel bereziak izango ditugu. Honen bitartez, zenbait erosketa eta gero, erosketa dohain batez gozatu dezake erosleak, honen bitartez, erosleak fidelizatu eta aldi berean erosle potentzial gehiago erakartzea lortuko dugu.

Bezeroekin izango dugun harreman mota, automatizatua izango da, hain zuzen ere, erantzungailu automatiko baten bitartez erlazionatuko garelako bezero hauekin. Gainera, gure enpresak ez du langilerik kotratatuko egunero bertan egon dadin, zerbitzari gabeko makina automatizatu bat izango da. Instrukzioekin baina pertsona fisikorik gabe.

Salmenta ondoren gure bezeroekiko harremana ezingo da zuzena izan, ez delako bertan pertsona fisikorik denbora guztian egongo. Prozesu hau aurrera eramateko, bezeroentzat eskuragarri egongo dira erreklamazio horriak, gure produktua jaki bat den heinean, ez luke zentzurik izango itzulpenarekin akorde dagoen edozein metodo ezartzea. Aldi berean, makina denez, honek arazoak sor ditzakegu (bezeroak ordaindu eta makina trabatu delako pintxorik ez banatu), hauetarako erabili ahalko dira erreklamazio orriak eta frogatzen den heinean, bezeroei dirua itzuliko zaie.

Bezero segmentu ezberdinak, harreman mota ezberdinak izan ditzakete gure enpresarekin. Adibidez; gazteak, makinak janari bizkor bezala edo taberna bezala erabiliko dituzte eta nagusiagoak direnak, aldiz, beste era batera erabil ditzakete, hau da, publizitate tabloi bezala, zein pintxo dagoen eta nongoa den ikusi ondoren taberna hartara joatea.

Gure markak bezeroei modernitatea eta erosotasuna inspiratuko die erosleei. Modernitatea, lehenengo makina saltzaile modernoa eta funtzio hau duena izango delako. Erosotasuna aldiz, behin nola funtzionatzen duen ikasitakoan (metodologia erraza), makina oso bizkorra eta eraginkorra delako eta hau erabiliz tabernako ilara eta ezbehar asko ekidi ditzakezulako.

Harreman horiek lortzea ez da gure lan pertsonala izango, baizik eta publizitatearen lana. Guk publizitatea prestatu besterik ez dugu egin behar, honek kostu nahiko baxua izan hgo dua, hain zuzen ere ez ditugulako publizitatean gastu handiak bermatuko.

Gure bezeroak fidelizatzeko metodoak hainbat izango dira; gehien saltzen diren produktuak salmentan mantentzea izango da bide bat eta beste bat, adibidez, 10 erosketa egin ondoren hurrengo erosketa dohainik ematen duen txartel bat edo kupoiak banatzea. Salmentak suspertzeko publizitatearen teknika erabiliko dugu, kartelak eta beherapenak baliatuz. Salmenta ondoren, ez dugu jarraipenik egingo, gure makinaren fiabilitatea zorrotz jarraituko dugu ataska ez dadin, baina hortaz gain ez dugu jarraipenik egingo.