

5. KANALAK

Lehenik eta behin, produktu bat saldu ahal izateko, zure bezeroak zeintzuk diren eta non dauden jakin behar dugu, hau da, ezin diegu modu berean saldu adineko pertsoneri, helduei edo haurrei. Horregatik, gure bezeroak lokalizatu behar dira, eta grafiko batzuk egin, ikerketaren ondoren gure bezero guztientzako komunikazio-kanal zuzenak aukeratu ahal izateko, inor baztertu gabe.

Gure kasuan ikertzen aritu ondoren eta gaur egun mundu guztiak digitalizatuta dituen bide zuzenak aukeratu ondoren, Tik-Tok eta Instagram aukeratzea erabaki dugu, gure bezero gehienei ezagutzera emateko. Kanal horien bidez, gure produktua nolakoa den, nola funtzionatzen duen eta bizikletan nola geratzen den erakutsi behar dugu, gure produktua erakusteko modurik onena dela uste baitugu.

Denbora-pasa gehiago diren bitarteko horien bidez ezagutzera ematen garenean, gure bezeroak gure dendetara eramango ditugu. Gure produktua gure web orriaren bidez salduko dugu, eta nahi duenak Gasteizko Salvador kaleko gure denda fisikora joateko aukera izango du. Bi bide horien bidez bideratuko dira gure diru-sarrera aktibo handienak. Egia da, ordea, beste enpresa batzuetan salduta, salmenta-komisioa eramaten dugula, eta komisio horiek ere diru-sarrera aktiboak izango dituzte, baina ez altuak edo bezeroekiko zuzenekoak baino inprotanteagoak.

