

KANALAK

Gure enpresaren helburua ikusi ondoren, bezeroengana iristeko kanal egokiena **Kanal Propioa** iruditu zaigu. Hori aukeratuz gero, guk geuk salduko genuke produktua eta, aldi berean, bezeroekin harremanetan jarri. Gainera, zehazki, online salmentak egingo genituzke, izan ere, gure produktua denda fisiko batean edukitzea oso zaila ikusten dugu, tamaina dela eta. Hala eta guztiz ere, gure biltegian, zakarrontzi bat fisikoki edukiko genuke, erakusketa moduan erabiltzeko.

Kanal horren aukeraketan, bere abantailak eta desabantailak kontuan izan ditugu, hots, gure alde jokatzeko duten ezaugarriak eta kontrara daudenak ere bai. Horietatik garrantzitsuenak honako hauek iruditu zaizkigu:

Lehenik eta behin, kanal zuzena oso interesgarria iruditu zaigu, izan ere, gure produktua zuzenean bezeroari iristea lortuko genuke, bitartekaririk gabe. Alde batetik, horren onuretako bat, prezioa da, alegia, bitartekaririk ez badago, ez du gutaz gain dagoen inork irabazirik atera behar eta prezioa baxuagoa izango da. Beste aldetik, bezeroekin kontaktu zuzena lortuko genuke eta beraien egoeraren jarraipena egin, hau da, zenbait komunikazio arazo aurreztuko genituzke.

Horrez gain, enpresaren ikuspuntutik begiratuta, ondorioztatu dugu, irabaziak handiagoak izango direla. Hau da, gure enpresaren produktua guk geuk saltzen badugu, irabaziak guretzako izango dira. Era berean, kudeaketa lanak eta beste hainbat administrazio lan ere guk eraman beharko ditugu, beraz, horrek presio eta lan handia sortuko digu. Halere, gure kudeaketan konfiantza osoa dugu.

Azkenik, eta aurrekoaren kontrara, ez dugu baztertzeko etorkizun batean gure kanal mota aldatzea eta elkartzeko kanaletara jotzea. Azken hau, gure enpresaren hedapenaren aldeko apustua izango litzake, beste herrialde batzuetako bezeroengana iristeko. Halaber, aurretik aipatu bezala, etorkizunerako aukera litzateke.

Anje Irastorza, Irati Zarranz, Julen Garmendia, Xabier Urigoitia eta Irati Salgado