

KANALAK

Gure enpresaren eta bezeroen arteko lotura, gure produktua izango da; botoiarekin funtzionatzen duen giltzatakoa. Produktu hau bezeroen artean zabaltzeko, bide edo kanalak aztertu beharko ditugu beraz. Kanala produktu edo zerbitzu batek bezeroarengana iristeko egiten duen bidea da. Hainbat kanal mota daude, eta gureak denen ezaugarrietako batzuk izan baditu.

Batetik, kanal zuzenak sortuko ditugu bezeroekin, online salmentaren eta aplikazioaren bitartez. Aplikazioaz gain, web orrialde propio bat sortuko dugu, eta ardua hori informatika esparruko arduradunak izango du. Amazon edo antzeko web orrialde internazionaletan saltzeko aukera aztertzeke geldituko zaigu, aukera ona iruditzen zaigun arren, salmenta esparrua edo salmenta aukerak eta baldintzak aztertu beharko genituzkelako.

Bestetik, kanal zeharkakoak ere izango ditugu; izan ere, dendetan ere salduko da Bota Dik botoia. Esaterako, Errenteriako Errenkoalde komertzio-elkartean gure produktuaren berri emango dugu, eta horietako kide diren dendetan salgai egongo da.

Online salmenta bidez saldutako giltzatakokoak, eta dendetara eramango ditugunak banatzeko txirrinda erabiliko dugu guk hasiera batean. Enpresak aurrera egin ahala banaketa zerbitzu bat kontratatuko genuke.

Bukatzeko, aipatu berri ditugun bi kanal mota horiek elkartuko ditugu, gure helburu nagusietako bat bezero kopurua zabaltzea delako eta nahiz eta diru gastua handiagoa izan, bi kanalak elkartuta, bezero kopurua askoz ere handiagoa izango litzatekelako. Hau da, bezero gehiagorengana iritsiko gara, baina irabazi-aukera txikiagoak eskainiko dizkigu. Halere, nahiz eta irabazi-marjina txikiagoak izango ditugun, jende gehiagorengana iritsiko gara eta beraz hori positiboa izango da gure produktuarentzat: dirua, azkenean, ugaritu egingo da eta fama ere bai. Hau da, beste hitz batzuetan esanda, kanal elkartuen indarrari etekina ateratzen jakingo dugu.