



BEZEROEKIN HARREMANAK

Produktu bat merkaturatzerako momentuan, oso garrantzitsua da marketing planteamendu ona eta gure bezeroekin harremanetan jartzeko plangintza ondo finkatuta izatea. Gure ustez, gure bezero-segmentua ikusi eta gero, Instagram eta Facebook bezalako plataformetan gure produktuaren iragarkiak jarriko ditugu, izan ere, Tik-tok eta horrelako beste aplikazioetako erabiltzaile gehienak, ez dira gure bezero segmentuan sartzen. Esan daiteke, gure produktuarentzako erabilgarriagoa iruditu zaigula Instagramen eta Facebooken gure produktuaren iragarkiak txertatzea bertan aritzen diren pertsonak, azken finean, guraso eta jende adinduagoak direlako. Aldiz, Tik-token aritzen diren erabiltzaile gehiengoaren adina 10-22 urte bitartean dago, beraz, lehen esan bezala, ez zaigu interesatzen. Era berean, telebistan ere publizitatearekin jorratuko dugu, orainaldian, telebista ikusten duten gehiengo jende adindua dela uste dugulako eta hauek gure bezero segmentuan sartzen direlako. Bestalde, supermerkatuetan, hasieran, eredu batzuk dohain emango ditugu bezeroek gure produktua probatu dezaten. Azkenik, dagoeneko izango ditugun bezeroak, eskaintza berezien bitartez fidelizatuko ditugu, baita gehitzen doazten bezeroak ere.