

KANALAK

Konpainiaren kanalei dagokienez, zenbait arlotan banatuko ditugu. Lehenik eta behin, bereizketa-kanalak landuko ditugu, eta horietan zuzenak eta partzialak bereiziko ditugu. Produktuak bezeroari zuzenean helarazteko, hainbat dendeekin, online nahiz fisikoki, kolaborazioak edo kanpainak egingo ditugu.

Hasieran, lokal batean soilik salduko genuke fisikoki produktua. Hori arriskutsua izanagatik ere, ez dugu arazo bezala identifikatzen arrazoi sinple batengatik: gure ospea Internetetik lortzea espero dugu. Irabazi nahikoa izanez gero, euskal probintzietara salto egingo dugu produktuaren salmenta fisikoarekin, estatu osora jaurti baino lehen. Horrela, produktu honek izango duen inpaktuaren arabera eta lortuko dituen erosleen arabera, *Xchanger*-a merkatu handiago batera bideratuko dugu, jakina, arrakasta izaten badu. Hala ere, *online* salmenta egongo da Amazon Business plataforman, baita gure webgunean ere.

Bestalde, behin gure negozioa finkatuta dagoenean, teknologia dendetan salduko dugu Xchangerra, hala nola, MediaMarkt eta Fnac-en. Denda hauek teknologia arloan aritzen dira, eta hara joaten den jendeak teknologia erabiltzeko aukera eta nahia izango du. Gainera, denda hauek hirien erdigunean egoten dira normalean. Hori gure enpresarako onuragarria izan daiteke, jende askok ikusi ahal izango duelako. Gure web-orriaz gain, denda horien web-orrietan ere erostea posible izango da; hauek fidagarriak eta erosoak direnez bezeroek erraz egingo dute bertan erosketak. Beraz bitarteko kanalak eta kanal zuzenak erabiliko ditugu: internet bidezkoak eta denda fisikoak, gureak zein gurekin afiliatutakoenak.

Zeharkako kanalei dagokionean, gure produktuak ezagutzera emateko hainbat marketing estrategia burutu egingo ditugu. Bezeroak gure produktuak berri izateko, hainbat sare sozialetan iragarki txikiak jarriko ditugu (YouTube, Instagram, Facebook...), Gainera telebistan baino askoz merkeagoak izan ohi dira, eta era anitzagoekin: influencer baten bidez *Xchanger*-a babestea dohainik ateratzen zaigu, berak gure produktua sare sozialetan erakustearen truke. Aurrerago, denda fisiko gehiago sortuko genituzke, behin irabaziek edota inbertsioek gora egiten dutenean. Baita, produktua ezagutzera eramateko ekitaldi batzuk egingo ditugu. Gure lokalean hasiko gara promozionatzen eta ere kalean postu batzuk jarriko ditugu kaleko jendea gure produktua zein izango den ezagutzeko.

Bestalde, gure enpresaren nahiak finkatzeko eta publikoak egiteko asmoz, beste zenbait kanpaina egingo genituzke osasun arloan egingo genituzke: DYArekin “erradioak dituen arriskuak eta hauek nola saihestu” kanpaina parte hartzea

erabaki dugu, kontuan izanda, gure produktuak ahalik eta gutxien kutsatu dezan saiatu garela. Horrela, ospitale publikoekin eta Espainiako erkidegoekin elkarlanean, gure osasunarekiko erantzukizuna frogatzea da gure asmoa.

Horretarako, sare sozialetan publizitatea jartzea erabaki dugu, telebista baino askoz eraginkorragoak direlako, helburu ditugun bezeroentzat. Beraz, tiktok-en kontu bat izango dugu eta kontu horretan gure produktuaren beherepenak jarriko ditugu eta berrikuntzak. Gure kontuaren izena Neos-technology deituko da. X-changer sustatzeko sare-sozialetan influencer batekin kontaktatu dugu gure produktua bere sozialetan promozionatzeko. Influencer horren izena Víctor Abarca da. Victorrekin egingo dugu lana eta bere sozialetan gure produktuari buruzko inkestak aurrera eramango ditu gure produktuaren inguruko datu-bilketa egiteko.

Dena laburbilduz, hauek izango lirateke gure produktua ospetsu bihurtzeko erabiliko ditugun baliabideak eta lehenengo etapak.