



HARREMANAK

Hainbat izan daitezke bezeroen eta enpresaren arteko harremanaren atzean egon daitezkeen motibazioak. Honakoak dira motibaziorik ohikoenak:

1. Bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea
2. Enpresak dauzkan bezeroei eustea
3. Eta salmenta kopurua handitzea

Horrez gain, harremani dagokionez, zerbitzu automatizatu bat edo zerbitzu pertsonalizatu bat eskaini dezake enpresak. Zerbitzu automatizatuaren kasuan, ez dira zertan makina automatizatuak izan behar, badaude bestelakoak ere, 2.0 teknologiei esker sortutakoak, komunitateak eta ko-sorkuntza, esaterako.

Beste alde batetik, zerbitzu pertsonalizatua bezeroari zuzenduta dago eta haren behar zehatzak asetzeko zuzenduta dago.

Gure kasuan konbinazio bat egitea erabaki dugu: zerbitzu automatizatu, zehazki ko-sorkuntza, sare sozialen bitartez, bezeroek beren eskabideak, hobekuntzak eta proposamenak egin ahal izan ditzaten guk sortutako inkesta ezberdinetan.

Zerbitzu pertsonalizatuari dagokionean, bezeroak gurekin harremanetan ipintzeko eta haien proposamenak nahiz zalantzak entzuteko erabiliko dugu. Gure produkzioak, enpresa bakoitzari pertsonalizatutako bideoak salduko dizkiegu, komertzial baten bitartez. Hori dela eta, harremana zuzena eta pertsonala izango da.