

# Bezeroarekiko harremanak

## **1. Gmail:**

Posta elektronikoko pertsonalizatuak:

Jarraipen-mezu elektronikoko pertsonalizatuak bidaltzea erosketak egin dituzten bezeroei, zaintza-aholkuak eta iradokizun gehigarriak eskainiz.

Bezeroarentzako arreta posta elektronikoz:

Bezeroari laguntzeko sistema bat ematea Gmailen bidez, kontsultei azkar erantzunez eta arazoei irtenbideak emanez.

Informazio-buletinak:

Eduki garrantzitsua duten informazio-buletinak bidaltzea aldizka, hala nola zapatilen modelo berriak, ongizate-aholkuak eta leialtasuna sustatzeko deskontu eskusiboak.

## **2. Merkatu digitala:**

Bezeroen segmentazioa:

Analisi-tresnak erabiltzea bezeroak segmentatzeko, merkatu digitalean dituzten lehentasunen eta erosketak-portaeren arabera.

Eskaintza eskusiboak:

Merkatu digitalaren bidez aurretik erosketak egin dituzten bezeroentzako eskaintza eskusiboak sortzea, behin eta berriz erosketak egitera bultzatuz.

Erreseinak eskatu:

Bezeroek zapatilak jaso eta probatzeko denbora izan ondoren, erreseinak egiteko eskaera automatikoak bidaltzea.

## **3. Publizitatea:**

Retargetinga:

Publizitate-plataformetan retargeting estrategiak erabiltzea, webgunea bisitatu duten baina erosketarik egin ez duten bezeroei zapatila masajeatzaileen iragarkiak erakusteko. Bezero leialentzako kanpaina bereziak:

Bezero leialentzako publizitate-kanpaina espezifikoa diseinatzea, onura eskusiboak eta deskontuak nabarmenduz.

Hezkuntzako publizitate-dukia:

Masaje-zapatilen osasunerako onurak nabarmenduko dituzten iragarkiak sortzea, bezeroak haien ongizatean eragin positiboari buruz heziz.