

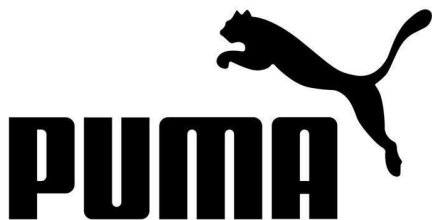
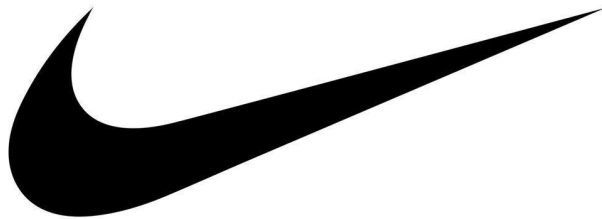
BEZEROAREKIKO HARREMANAK

Gure bezeroak erakartzeko metodoa publizitatearengatik izango, bai Unicef-ek eta herrian jartzen dugun publizitatearekin, iragarki hauetan azalduko dugu zer motatako zerbitzuak eskaintzen ditugun, herriko zein tokitan gauden... Baita ere gure web orrian informazio gehiago aurkitu dezakete eta produktu hauen prezioak. Web orritik erosketak egin dezakete eta beraien etxeetara bidaltzea, horrela beste toki batekoak baldin badira, ez dute zergatik dendara etorri, hori bai, entregak etxera dohainak izango dira diru kantitate bat baino gehiago gastatzen baduzu.

Gure bezeroak mantentzeko metodo asko edukiko ditugu, adibidez, sorteoak egiten noizbaiten, kupoiak ematen, deskontuak egiten... Eta diru asko irabazten badugu beste toki garrantzitsuetan irekiko ditugu denda berriak, adibidez: Madrid, Bartzelona, Donostia... Eta aurrerago beste herrialde batzuetan: Frantzia, Alemania...



Leku ugarian dendak edukitzeak eragiten duena, diru sarrera handiagoak edukitzea, baina gastuak handiagotu egingo dira ere. Horrekin lortzen saiatu behar gara da irabaziak maximizatzen eta kostuak minimizatzen, bestela ezingo dugu enpresa aurrera atera.



Hauek dira pentsatu ditugun ideia nagusiak bezero berriak erakartzeko eta mantentzeko, baina garrantzitsuena kolaborazioak egitea izango zen, adibidez arropa markekin (Nike, Adidas, New Balance...). Metodo honekin kolaborazioak egitearena biek irabaziko genuke, guk irabaziko genuke jende gehiago gure gauzak erosten dituztenak eta arropa markak irabazten du kolaborazio berriak edukitzea, salmenta gehiago edukitzea eta horren ondorioz diru sarrera handiagoak edukitzea... Orduan esan dezakegu kolaborazio mota hau elkarrekiko lehiakide ez diren enpresen arteko aliantza estrategikoa da ez garelako lehiakide merkatu-segmentu edo baliabideei dagokienez, eta elkarrekin lanean aritzea bientzako izan daiteke onuragarri.