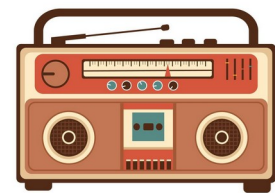


Bezeroengana publizitate bidez hurbiltzeko unea zela erabaki genuenean, onena kostu txikiko propagandarekin hastea zela erabaki genuen; izan ere, hasieran, enpresarekin sortzen genuen dirua oso txikia zen, telebistako iragarki bat bezain garestia zen publizitatean inbertitzeko. Hori dela eta, gure lehen publizitate-inbertsioa panfleto txikietan oinarritu zen. Panfleto horiek, alde batetik, gaztelaniaz idatzita zeuden, eta, bestetik, braillez idatzita.



Etorkizunean, gure ideia nagusia kostu handiagoko publizitateetan diru gehiago inbertitzea da, publiko gehiagora iristeko; izan ere, panfleto txikiekin ezin gara iritsi nahiko gure publiko-kopurura. Horregatik, zer publizitate mota egitea gustatuko litzaigukeen pentsatzen ari gara, eta gure lehen aukera irrati bidezko iragarkiak egitea dira; izan ere, iritsi nahi dugun publikoa ikusgarritasun urria edo nulua duten pertsonak dira.



Gure produktuak bezeroengana iristeko modu desberdinak ditugu. Lehena eta erabiliena, posta elektronikoaren bidez, paketea dagokion helbidera bidaliko da. Gure enpresan produktua gure bezeroengana iristeko dugun beste aukera bat bezeroa dendara etorri eta erostea da. Horiek dira produktua bezeroengana iristeko gure enpresan ditugun bi estrategiak.



Gaur egun, ez dugu bitartekarien laguntzarik behar, baina, bestalde, ez da etorkizunerako baztertzen dugun ideia bat.

Gure bezeroa produktuarekin gustura geratzen den jakiteko, haibat aukera ditugu. Hasteko, aurretik posta elektronikoaren bidez produktua erosi duten lekuan erreseina edo mezu bat uzteko aukera dute. Bezeroak produktua aurrez aurre erosi badu denda fisikoan, erreseina bat egiteko aukera ere badute.

Bestalde, bigarren aukera bat dugu, erosketa egin eta 6 hilabetera bezeroei posta elektronikoa bat modu automatikoan bidaltzean oinarritzen dena, produktu horren hainbat atal ebaluatzeko inkesta soil baten bidez.

