

6. BEZEROEKIKO HARREMANAK

Funtsezkoa da argi eta garbi definitzea gure enpresak bezeroekin nolako harremana ezartzea nahi dugun. Hainbat izan daitezke bezeroen eta enpresaren arteko harremanaren atzean egon daitezkeen motibazioak. Bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea, enpresak dauzkan bezeroei eustea eta salmenta kopurua handitzea.

Gure kasuan, publizitatearen bitartez eta dekontuen bitartez erakarriko ditugu. Behin erakarrita, mantentzeko metodoa, bazkide txartelak egitea izango da hauekin abantailak izan ahalko ditu erosleak.

Harreman mota hori izan daiteke pertsonala eta aurrez aurrekoa edo automatizatua, web-aplikazioak edo erantzungailu automatikoak erabiliz. Bezeroekiko harreman mota honek edukiko ditugu:

- Laguntza pertsonala
- Autozerbitzua
- Zerbitzu automatizatuak

Salmenta ondoren, bezeroentzat eskuragarri egongo dira erreklamazio horriak, gure produktuarekin arazoren bat izanez gero, ez luke zentzurik izango itzulpenarekin akorde dagoen edozein metodo ezartzea.

Bezeroek erraztasuna edukitzeko produktuen zalantza edo arazoren bat badute, konbinazio bat egitea erabaki dugu, zerbitzu automatizatua webgunearen bitartez, bezeroak beren eskabideak egin ahal izan ditzaten denda fisiko batera joan ezin badute, eta beraiek dituzten zalantzak argitzeko bezeroen arretarako zerbitzu pertsonalizatu bat eskaintzea.

Produktuarekin lotutako zerbitzuen gaineko ideiak ematen dituzte bezeroekiko harremanek, eta horrek diru-sarrerak sortzen ditu, tarifa finko jarraituak eta salmenta ondorengo zerbitzuak.