

## HARREMANAK

Proiektua aurrera eramateko garaian harremanak kontuan izan behar dira, izan ere, hainbat onura ekar ditzakete enpresarentzat. Esaterako, bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea, enpresak dauzkan bezeroei eustea, eta salmenta kopurua handitzea ekar ditzakete. Ondorioz, gure proiektuaren harremanak aztertzea beharrezkoa da, gure merkatu-segmentuaren aldetik lortu nahi duguna lortzeko. Harremanak aztertu ondoren, hainbat gauza ondorioztatu ditugu.

Hasteko, enpresak irabaziak izan ditzan, ezinbestekoa da norbaitek gure zerbitzu edo ondasunak erostea, hau da, bezeroak izatea. Horretarako, bezeroengana iristea bilatu ohi du enpresak. Enpresari ordurarte jada dituen bezeroak mantentzea komeni zaio, ez zaio bezero horiek galtzea komeni, eta beraz, bezero horiei eusteko esfortzua egingo du. Horrez gain, kontsumitzaile berriak erakarri nahiko ditu, horrela bezero gehiago izateko eta salmenta kopurua handitzeko.

Gure enpresaren harreman mota nagusia automatizatua da, eta zehazki autozerbitzua. Bezeroak, txartel baten bidez eta inoren laguntza behar izan gabe bizikleta martxan jartzeko aukera izango du, baita gelditzeko ere. Txartel hori eskuratzeko bi aukera izango dira. Batetik, gure webgune digitaletik eskatu eta Correos enpresaren bitartez etxera eramango lukete. Gainera, webgune nahiz aplikazioan bertan txartela kargatzeko aukera izango da. Eta bestetik, herriko denda zehatz batzuetan, Oiartzunen Urratsen adibidez, txartelak egin eta kargatzeko aukera egongo da. Beraz, gure enpresak bi harreman motak edukitzeko aukera du: pertsonala nahiz automatizatua.

Laburbilduz, harremanak aztertu ondoren gure konpainiak bezeroekiko izango duen harremana autozerbitzua dela esan daiteke, izan ere, bezeroak berak kargatuko du bere txartela webgunean, eta erabili nahi duen bizikleta hautatuko du. Hau da, produktua eroslearen eskura jarriko da, eta hark hartuko du. Bestalde, harremana gertukoa ere izango da, dendetan txartela egitean edo kargatzean laguntza emango delako.