

## **BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK:**

### **Zer egingo dugu gure produktua bezeroengana helarazteko?**

Gure produktua bezeroei hainbat kanalen bidez helaraziko diegu, konkretuki; komunikazio kanalak, banaketa-kanalak eta salmenta-kanalak erabiliko ditugu.

Komunikazio-kanalei dagokienez, hainbat kanal ezberdin erabiliko ditugu; esate baterako, sare-sozialak, egunkari edo aldizkariak, irrati bidezkoak, telebistako iragarkiak eta abar. Hala ere, gure komunikazio-kanal garrantzitsuenak ez dira sare-sozialak izango, bestelako kanalak baizik. Azken batean, gure bezeroen gehiengoa jende heldua izango da eta uste dugu haien zatirik errazagoa eta erosoagoa izango dela fisikoki eskuratu ditzaketen komunikazio-kanalak edukitzea, gure produktuaren publizitatea azkarrago iristeko eta gurekin harremanetan ahalik eta errezenen jartzeko.; esaterako, aldizkari edo egunkaria, non egunero erosi ditzaketen eta ez duten arazoik izango hauek eskuratzeko. Horrez gain, irrati edo telebistako iragarkiak ere erraz iritsiko zaizkie gure bezeroei egunerokotasunean erabiltzen dituzten tresnak baitira.

Komunikazio-kanal hauek izatearen helburu nagusia gure botila saltzeko publizitatea egitea eta gure bezeroekin harremanetan mantendu ahal izatea izango da. Gure publizitatea ahalik eta eraginkorrena izateko bezeroek produktua bera bilatu gabe produktua aurkitu ahal izaten saiatuko gara, hau da, beraiek egunero irrati entzutean edo telebista ikustean gure produktua agertzea da gure helburua.

Oro har, banaketa-kanalari dagokionez, hau da, produktu bera bezeroari iristeko prozesuari dagokionez, prozesu bakar bat erabiltzea erabaki dugu. Zehazki, gure enpresak pilula-botila garraiatzeko garraioko enpresa bat azpikontratatu du. Enpresa honi guk gure enpresen sarreretatik ordainduko diegu gure produktua bezeroak eskatutako tokira eraman dezan. Honekin ondoriozta dezakegu azpikontratazio honek hainbat ataza edo eginkizun beteko dizkigula.

Hau guztiaz gain, prozesua zehazki ondorengoa izango da: produktua online bidez erosten denez, bezeroak hainbat datu sartu behar dituzte erosketara gauzatzeko eta horietako bat produktua entregatzeko leku bat jizango da. Datu hauek zuzenean azpikontratatu duen enpresari iritsiko zaizkio guri iristeaz gain, eta hauek, ahalik eta denbora gutxienentzat (erosteko garaian bezeroari adieraziko zaion denbora tartean) produktua definitutako kokapenera eramango du.

Honen arira, salmenta-kanalari dagokionez, gure produktua web-gune bidez salduko genuke, izan ere, enpresa txikia izango garenez eta gaur egun geroz eta gehiago erosten direnez produktuak web-gune bidez, erosotasun handiagoa izango genuke bai eskaintzaileok eta bai eskatzaileek ere. Hau guztiaz gain, gure enpresak hasiera batean, ofizina bakar bat izango luke eta lantegi bat gure produktua bertan ekoizteko.

Bezeroekin harremantzeko, bost fase nabarmentzen dira; alde batetik, pertzepzioa eta ebaluazioa dauzkagu, non bezeroen onarpena jasotzeko esperantzaz aurkeztuko garen merkatura. Merkatura sartu berri den enpresa baten modura aurkeztuko gara, hasiera batean erosleen erreakzio pertzepzio positibo bat emango delakoan gaude, ondorioz bezeroak erostera eramango duena.

