

KANALAK

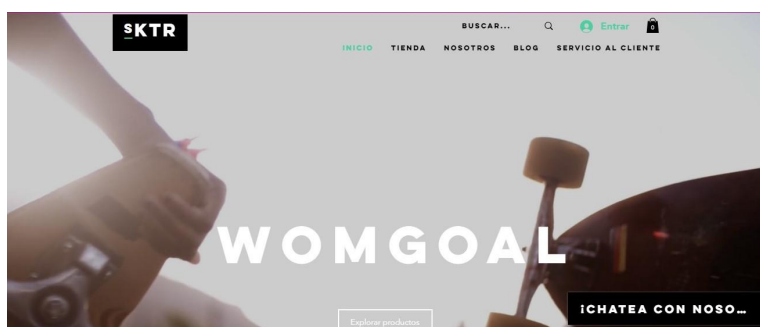
Gure enpresa eta produktua aurrera eramateko bezeroekin ditugun harremanak eraginkorrak izatea ezinbestekotzat jotzen dugu. Horretarako, haiekin harremanetan jartzeko ezarriko ditugun bai komunikazio bai banaketa kanalak aztertu behar ditugu.

KOMUNIKAZIO KANALAK

Ezerezetik sortutako enpresa bat garenez, gure burua ezagutarazteko aukerarik onena sare sozialak dira (geure kasuan Instagram eta TikTok), gizartearen gehiengoa sare horietara konektatuta baitago. Gure ustez, horrelako plataformak gure produktua merkaturatzeko eta ezagutzara emateko tresna ezinhobea da, beste komunikabide batzuk (telebista, irratia...) baino publiko handiagoa duelako. Adibidez, gazteek eta nerabeek gero eta telebista gutxiago kontsumitzen dute. Beraz, gizartearen sektore hori gure helburua denez, marketinga sare sozialetan egitea askoz ere eraginkorra izango da. Bestalde, Instagram bezalako sareek eduki interesgarria eta eragarkarria sortzeko ahalmena ematen dute, gure ikuspuntutik gure produktuarentzat eta bezeroekin izango dugun harremaneentzat oso positiboa izango dena. Hau guztia posible izateko Instagram eta TikTok kontuak garatuko ditugu. Hori eginda, mundu guztietako pertsonekin komunikatzeko aukera izango dugu eta haiek gure produktua ezagutu ahal izango dute. Halaber, sare sozialek hainbat tresna eskaintzen dituzte gure produktuaren harrera aztertzeko.



Aipatutako sare sozialen bidez, bezeroak prestatu dugun webgunera (<https://abermejor.wixsite.com/womgoal>) sartu ahal izango dira, non gure produktuak eskaintzen duena (prezioak, produktuaren ezaugarriak, neurriak...) hobeto ezagutuko duten eta gurekin harremanetan jartzeko aukera izango duten.



Hau posiblea izateko, hainbat kanal eskuragarri izango dituzte:

1) Deiak: gure enpresak telefono zenbaki bat izango du bezero bati sor dakiokkeen edozein arazo konpontzeko. Bezeroaren arretarako departamentua izango dugu, eta edozein unetan egongo da eskuragarri, gure produktuari buruz sor daitekeen edozein zalantza argitzeko.

2) E-maila: gure enpresak e-posta bat ere izango du, eta horren bidez, deietan bezala, gure produktua erabiltzerakoan sor daitekeen edozein arazori irekita egongo gara. Posta elektronikoak bezeroaren arretarako departamentuari lotuta egongo dira (lehen aipatu dugu).

3) Sare sozialak: Lehen aipatu ditugun sare sozialen bidez (instagram, tik tok...) bezeroei sortzen zaizkien zalantzak kontsultatu dezakete.

Halaber, oraindik garatu behar dugun webgunearen bitartez, nahi duten bezeroek eskaintzen ditugun produktuen eskaerak egin ahal izango dituzte.

Komunikazio kanalekin jarraituz, sare sozialekin inolako harremanik ez duten bezeroak egoteko aukera ere aztertu dugu, eta, beraz, gure produktua telebistan babestea erabaki dugu. (aurrerago egingo dugu hori, diru gehiago izango dugunean).

BANAKETA KANALAK

Banaketa kanalei begira, bi banaketa mota bereizten dira: zuzenak eta zeharkakoak. Zuzenei begira, enpresa bakar batek ekoizpen prozesu osoa bere kontukoa izaten da. Zeharkakoan, aldiz, enpresa batek beste enpresak behar ditu haren ekoizpen prozesua aurrera eramateko. Gure enpresaren kasuan, banaketa kanala zeharkakoa da, gure produktuaren ekoizpen prozesua eta banaketa Joma enpresak egingo duelako.

Gure enpresa bigarren sektorekoa da, retail sektorekoa zehazki, txikizkako salmentaren sektorea. Jimarekin batera lan egiten dugu haien azpi-enpresa bat garelako, gure produktua saltzen, hau da, emakumearen anatomiarako egokitutako futbol-zapatilak. Beraz, bakarrik lan egiteko gai ez garenez, gure banaketa kanala zeharkakoa da.

Banaketa estrategiak

Gure produktua modurik onenean gauzatu ahal izateko, banaketa-estrategiak erabiliko ditugu. Mota desberdinak daude sektorearen eta xede-publikoaren arabera. Gure kasuan, sektorea retail izango litzateke, xehekako salmentaren edo txikizkako salmentaren sektorea da, eta helburua gure oinetakoak futboleko jokatzeko erabiltzeko asmoa duten emakume guztiak izango lirateke. Gure enpresak hurrengo estrategia erabiliko du gure produktuak banatzeko: estrategia selektiboa.

Bezeroei zerbitzu eksklusiboa ematea du helburu, gure produktua web-orriaren bidez bakarrik saltzen baita, eta, beraz, ez da hain erraza.

Oro har, banaketa selektiboko estrategiek bezeroen gogobetetasuna azpimarratzen dute, esperientziak ezin hobea izan behar baitu prozesu osoan: bezeroarentzako arreta-zerbitzutik, zalantzarako mezuen bidez; gure produktuari buruzko xehetasun guztiak argi utziz, seguru egon daitezen erosteko; produktua egoera onean eta paketatze egoki batean jasotzen duten arte, produktuak ez baitu inolako kalterik jasoko. Banaketa-kanal horri esker, gure kontsumitzaileak gure produktua ezagutu, haren kalitatea identifikatu eta berme guztiekin eros dezake.