

Gaur egun sare sozialen garapena dela eta, erabaki dugu instagramen, tweeteren, tiktoken eta facebooken kontu bat irekitzea. Kontu honetan, gure informazio guztia txertatuko dugu, eta horrela, bezeroak zalantzak baldin badituzte, gurekin kontaktatu dezakete. Hau da, interneten bitartez kontaktatuko dugu gure bezeroekin.

Gure produktuak saltzeko, online kanala erabiliko dugu, baina jendea lokalera eskariak egitera etor daiteke, ondorioz, eskaintza online eta presentziala izango da.

Gainera, janaria etxera ailegatzeko, bizikleta batzuen laguntzaz egingo dugu nahiz eta lokaletik pasatzeko aukera izan.

Honetaz aparte, hainbat gauza pentsatu ditugu zerbitzua bezeroengan halarazteko:

1. Marka-ekintzak: Marka-ekintzak egingo ditugu, adibidez, markaren aldeko kanpainak, promozioak...
2. Bezeroen esperientzia hobetu: Bezeroen esperientzia hobetzeko estrategiak aplikatu, hala nola, atentzio pertsonalizatua (sare sozialetatik), bezeroen zerbitzu eta laguntasunak hobetzea edo fideltasuna sustatzea.
3. Komunikazio estrategiak: Komunikazio kanal desberdinak erabiltzea (online eta offline), adibidez, sare sozialeen bitartez edo tailerren edo saioen bitartez.
4. Ekoizpenaren hobekuntza: Produktu edo zerbitzuaren hobekuntza eta ezaugarri berriak sartzea, eta bezeroen beharrak bermatzea.
5. Feedback-a jasotzea eta kontuan hartzea: Bezeroen iruzkinak eta feedback-a jasotzea, hau kontuan hartuz produktua edo zerbitzua hobetzeko gai izango gara.

Laburbilduz, oso garrantzitsua da bezeroekin harreman zuzena eta fidagarria izatea, beren beharrak eta interesak entzutea, eta horien arabera estrategia egokiena diseinatzea. Horregatik, oinarrizko menu bat izan arren, astero bizpa hiru plater berri eskainiko ditugu.