

SOINU GABEKO ILE-LEHORGAILUA HCP-LEHORGAILUAK

Gure ideia soinu gabeko ile-lehorgailua da, zergatik?

Produktu honek balore desberdin batzun ditu eta horiek zerrenda batean jarri ditugu:

BALOREAK:

- Modernitatea → Teknologia berria eta modernoa delako.
- Erosotasuna → Erosoagoa soinurik egiten ez duelako.
- Nobedadea → Ez duela soinurik egiten.
- Prestazioak → Produktuaren erabilera hobetu egiten du, erosoagoa delako.
- Pertsonalizazioa → Produktuaren koloreak aldatu daitzeke.
- Marka / Statusa → Marka eksklusibo batean salduko dugulako.
- Arriskua murriztea → Etxean zerbait gertatzen bada, entzungo duzu.
- Zehatza → Bakarra eta berezia delako, honek soinua ez egitea.
- Azkarra → Bere ezaugarriak eta estruktura berria azkarragoa egiten du.
- Entzuteko neke gutxiago / Entzumenaren osasuna lehenetsi → Soinurik ez izateak entzumenaren osasuna hobetzen du.

Marketin-estrategiak:

A) Produktuarekin lotutako estrategiak

- Sarrera-etapa → Gure produktua sarrera-etapan dago, etapa honetan produktuaren ezaugarriak ezagutarazi egiten ditugu, produktua merkaturatu egin dugu.
- Estrategia honek, gure produktuaren ezaugarriak eskaintzen dituenaz, ezaguna egingo da. Horregatik, gendeak gehiago erosiko du.

B) Prezioarekin lotutako estrategiak

- Batez besteko prezio estrategia → Beste ile-lehorgailuen antzeko prezioa ezarri, gure produktua gehiago erosteko.
- Heltze-fasea → Bezero gehiago lortzeko prezio berdina mantenduko dugu.
- Prezio psikologikoa → Prezioa ez borobildu bezeroak merkeagoa dela pentsatzeko, nahiz eta merkea izan. 29,95€ izango da gure prezioa.

C) Banaketa estrategiak

- Estrategia intentsiboa → Ahalik eta leku kontsumitzaile gehienengana iristea. Interneten bidez hasiko gara saltzen eta merkaturatuko dugu Europa osoan.
- Estrategia honek, gehiago erostea eragingo du eta horrela leku gehiagotara zabaldu egingo da.

D) Komunikazioarekin lotutako estrategiak

- Publizitatea → Komunikabideetarako informazioa zabaltzeko, hartzailak produktu bat erostera konbentzitzeko. Hasieran kaleetan posterrak jarriko genituzke.

GARAPEN JASANGARRIA

1- Pobreziaren amaiera → Produktuagatik ateratako %5a dirua behar duten herrialdeei bidaliko diegu.

2- Goserik ez → Enpresan janari bilketa egingo dugu behar duten herrialdeei bidaltzeko.

3- Osasuna eta ongizatea → Lehorgailua soinurik gabe denez, ez dio besteei kalte egiten.

5- Genero berdintasuna → Gure enpresan edozein sexuko pertsona lan egin dezake.

7- Energia eskuragarri eta ez kutsatzailea → Gure produktuak egiteko plaka solarak erabiliko ditugu, energiaren ordeiz.

8- Landuina eta hazkunde ekonomikoa → Hobeago lan egiten duteenei soldata igoko diegu.

11- Hiri eta komunitate jasangarriak → Soinurik ez duelako egiten, hiriarentzat eta komunitatearentzat jasangarriagoa da.

12- Ekoizpen eta kontsumo arduratsuak → Etxean erabiltzen ez ditugun materialak onartzen ditugu gure lehorgailuan erabili ahal izateko.

16- Bakea, justizia eta instituzio sendoak → Etxean lasaiago egongo dira, soinu hori gabe.

17- Helburuak lortzeko itunak → Enpresen erantzukizun soziala sustatzen du garapenarekin lotutako proiektuekiko.

CANVAS EREDUKO 9 PIEZAK:

- 1. Merkatuaren segmentazioa** → 20-30 urtetik gorako emakumezkoek zuzenduta dago, bereziki beraiek ilea lehortzen dutelako ia egunero.
- 2. Balio proposamena** → Gure produktuak etxean dagoen soinu guztia beste lehorgailuekin ezabatuko dugu, gure lehorgailua soinurik gabekoa delako.
- 3. Kanalak** → Hasieran kaleetan iragarriko dugunez, paperan telefono zenbaki bat jarriko dugu gurekin kontaktuan jartzeko eta horren ondoren, saiatuko ginateke web gune bat jartzeko mezuak bidaltzeko eta produktuak saltzeko.
- 4. Bezeroarekin harremana** → Bezeroak mantentzeko produktu berriak saltzerako orduan deskontu batzuk egin ditzazkegu eta gainera beste pertsona berriak erakartzen baditu pertsona horrek ere deskontuak lortu ditzazke horrela gure produktuak salmenta gehiago izan ditzazke, salmenta kopurua ere handituz.
- 5. Diru-iturriak** → Produktuen salmenta nagusia izango da diru-iturri handiena. Lehenengo salmenta fasean, kaleko iragarkiak eta webguneko salmentak izango dira diru-iturri. Etorkizunean, produktu berriak eta edizio bereziak salduz diru-sarrerak handituko ditugu.

6. **Funtsezko baliabideak** → Lehorra isila duen lehorgailuaren fabrikazioa eta diseinua. Kalitatezko materialak eta teknologia soinu gutxiago sortzen duen lehorgailua eraikitzeko. Webgunea eta online plataformak kudeatzeko gaitasuna. Marketing eta publizitate kanpainak kudeatzeko baliabideak (hala nola, kaleko iragarkiak, sozial media kanpainak).
7. **Funtsezko jarduerak** → Produktuaren diseinua, garapena eta fabrikazioa. Kaleko eta online marketin kanpainak egitea. Bezeroekin harreman zuzena eta salmenta prozesua kudeatzea. Webgune eta plataformen mantentze eta eguneratze lanak. Leialtasun eta gomendio programen kudeaketa.
8. **Funtsezko elkarreak** → Fabrikazio enpresak eta hornitzaileak, lehorgailuaren kalitate eta fabrikazio epeak bermatzeko. Webguneen diseinu eta marketin profesionalak, online salmentak optimizatzeko. Salmenta eta distribuzio kanalen lankidetzak, hala nola, saltokiak edo logistikako enpresak.
9. **Kostuen egitura** → Produktuaren fabrikazio kostuak: Lehorra isila den lehorgailua egiteko materialak, lanak eta teknologia. Marketing eta iragarki kostuak: Kale iragarkiak, afixak, eta online marketin kanpainak (social media, SEO, Google Ads). Webgune eta plataformen mantentze kostuak. Logistika eta banaketa kostuak. Bezeroaren arretoa eta harremanak kudeatzeko langileak.

LOGOA:

