

4 Diru iturriak

KOMUNIKAZIO BIDEAK

Bezeroekin eta bezeroen segmentu ezberdinekin komunikatzeko erabiltzen diren bide nagusiak modu zehatz eta eraginkorrean identifikatu behar dira, helburu nagusia bezeroarekiko harremana sustatzea eta fideltasuna indartzea izanik.

Honako komunikazio bide nagusiak hartuko dira kontuan:

- **Bide digitalak:**
 - Webgune korporatiboa, erabiltzaileen informazioa eta laguntza eskaintzeko.
 - Sare sozialak (Facebook, Instagram, LinkedIn) erabiltzaileekin harreman zuzena eta etengabea izateko.
 - Posta elektronikoa, marketin-kanpainak eta oharrak bidaltzeko.
- **Bide tradizionalak:**
 - Telefono bidezko arreta pertsonalizatua.
 - Aurrez aurreko bilerak eta bezeroentzako ekitaldiak.
- **Marketin-kanpainak:**
 - Online iragarkiak (Google Ads, sare sozialetako publizitatea).
 - Offline kanpainak (irradi, telebista edo aldizkarietan publizitatea).

BANAKETA BIDEAK

Bezeroei edo bezeroen segmentuei proposamenaren balioa modu egokian helarazteko banaketa bideak identifikatu eta optimizatu behar dira. Horretarako, honako hauek izango dira bide nagusiak:

- **Online banaketa:**
 - **E-commerce plataformak:** Produktuak linean zuzenean erosteko aukera eskaintzen duten plataformak.
 - **Aplikazio mugikorak:** Bezeroek produktua eta zerbitzua errazago eskura dezaten.
- **Banaketa zuzena:**
 - Produktua edo zerbitzua bezeroari zuzenean helaraztea (adibidez, posta bidez edo etxeko etxeko entrega).
- **Hirugarrenen bidezko banaketa:**
 - **Saltoki fisikoak:** Produktuak bezeroei errazago helarazteko, erakundeek eta dende egindako lankidetzak.
 - **Bitartekariak eta banaketa-kateak:** Proposamenaren irismena handitzeko.