

BEZEROEIKO HARREMANAK

Gure bezeroak markak dira. Garraioak dituzten enpresen arduradunarekin komunikatu behar da gure proiektua saltzera iristeko. Ezinbestekoa da definitzea gure enpresak bezeroekin zein harreman mota izango duen. Hainbat harreman mota egon daitezke aldi berean enpresa baten eta bere bezeroen artean: laguntza pertsonala, laguntza pertsonal eskainia, autozerbitzua, zerbitzu automatizatuak, komunitateak eta baterako sorkuntza.



Hainbat izan daitezke bezeroen eta enpresaren arteko harremanaren atzean egon daitezkeen motibazioak. Aipatu motibazioak aldi berean jazo daitezke, baina baita bakoitza bere aldetik ere. Honakoak dira motibaziorik ohikoenak: bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea, enpresak dauzkan bezeroei eustea eta salmenta kopurua handitzea. Hori gutxi balitz bezala, enpresa batek bere bezeroekin dituen harremanek eragin handia dute bezeroak enpresarekin daukan esperientziarengan eta horren harira, gure merkatu-segmentuaren aldetik lortu nahi duguna argi zehaztu behar dugu. Honetarako, hasteko, guretzat egokia den garraioen enpresa bat aukeratu behar dugu. Behin enpresa aukeratuta, honekin harremanetan jartzea da hurrengo pausua. Harremanetan jartzerako orduan, hauen telefonoa edo gmaila aurkitu eta horren bidez komunikatuko gara enpresarekin.

Hau dena kontuan hartuta, enpresa partikularrekin edukiko ditugu harremanak. Gure produktua markei salduko diegu harreman hornitzaile modura, guri onura egiten digun modura. Produktua saltzerako unean, gure lehentasuna, stock hausturarik ez izatea da, hau da, produktuak biltegian ez amaitzea, produzitzerako garaian produktu faltarengatik produkzioa ez eteteko, izan ere, stock haustura honekin, produkzioa geldituko egingo da, montaje katea gelditzera iritsi arte, eta ondorioz, besteak beste dirua galduz. Beti hornituak egotea lortzera iritsiko gara, montatzeko errazak izatea eta hornitzeko garaian arazorik ez egotea.