

BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK:

Diskoteka batek, beste edozein enpresa morak bezala, kanal-konbinaziobat erabili behar du negozioa sustatzeko, bezeroak erakartzeko eta eragiketak kudeatzeko. Hona hemen diskoteka batek erabili ditzakeen kanaletako batzuk:

1. SARE SOZIALAK:

- Sare sozialak funtsezko tresnak dira edozein entretenimendu-negozioako, publiko zabal eta askotarikoarengana iristea ahalbidetzen baitute.
 - + INSTAGRAM: Ekitaldi, promozio eta eszenen atzean argazkiak eta bideoak partekatzeko. Diskotekak eskaintzen duen ikusizko esperientzia erakusteko aproposa.
 - + FACEBOOK: Lehen baino gutxiago bada ere, baliagarri izaten jarraitzen du ekitaldiak sortzeko, eguneraketak partekatzeko eta tokiko audientzia batekin konektatzeko.
 - + TIKTOK: Eduki dinamikoa eta birala partekatzeko ezin hobe, diskotekako giroa eta joera sor dezaketen esperinetzia paregabeak erakutsiz.
 - + TWITTER: Ekitaldiei eta promozioei buruzko eguneraketa azkarrak partekatzeko eta denbora errealean elakrreragiteko.
 - + SNAPCHAT: Eduki iragankorra erakusteko, hala nola bideo eksklusiboak edo azken orduko promozioak.
 - + YOUTUBE: Iraganeko ekitaldien, promozioen edo zuzeneko musikaren bideoak partekatzeko.

2. PUBLIZITATE DIGITALA:

- Sare sozialetako iragarkiak: Facebook, Instagram, Tik Tok. Ezin hobeak dira publizitatea publiko espezifikoetara bideratzeko, bakoitzaren interesen, kokapenaren era lineako portaeraren arabera.
- GOOGLE ADS: Baliagarria izan daiteke gaueko bizitzarekin edo hiriko akitaldiekin lotutako bilaketetan agertzeko.

3. INFLUENCER- EN MARKETINA

- Tokiko influencer-ekin edo Dj ospetsuekin lankidetzan aritzea. Horien bitartez, dantzalekua gazteagoa eta dinamikoago izan daiteke.

4. POSTA ELEKTRONIKOA (EMAIL MARKETINA)

- Posta elektronikoa tresna eraginkorra da bezeroak hurrengo ekitaldiei, eskaintza bereziei eta sustapen eksklusiboari buruz informatuta edukitzeko.

Horretarako, diskotekak ohiko bezeroen eta haien posta- zerrendan harpidetzen datu-base bat sor dezake.

5. WEB ORRI OFIZIALA

- Ekitaldien egutegia: Garrantzitsua da webgune bat izate, bezeroek hurrengo ekitaldiak ikusteko eta sarrerak onlie erosteko aukera izan dezaten.
- Sustapen eta zerbitzu bereziak: Eskaintza eksklusiboetarako, VIP erresebetarako eta abarretarako sarbide eskaintzea.

6. APLIKAZIO MUGIKORRAK

- Diskoteka batzuek app propioa garatzea erabakitzen dute, erabiltzaileek ekitaldia kontsultatu, erreserbak egin, sarrerak erosi edo promosioei buruzko push jakinarazpenak jaso ahal izateko.

7. OFFINE PUBLIZITATEA

- Flyerrak eta posterrak: Funtsezko eremuetan banatuta (unibertsitateak, tabernak, kafetegiak, aisialdirako guneak), bezero berriak erakartzeko.
- Kaleko banerrak: Kanpoko publizitatea jende gaztearen zirkulazio handiko eremuetan.
- Tokiko irratia eta telebista: Zenbait diskotekak tokiko irratietan promozionatzea aukeratzen dute, bereziki ekitaldi handiak egiten badituzte edo artista gonbidatuekin.

8. HARREMAN PUBLIKOAK ETA LANKIDETZA:

- Babesleak: Ekitaldiak babes ditzaketen eta ikusgarritasuna eman dezaketen edarien, teknologiaren edo lotutako produktuen marketin lankidetzan aritzea.
- Beste negozio batzuekiko alintzak: hala nola jatetxeak, tabernak edo diskoteko bezeroei gomendatu diezaieketen ekital-agentziak.

9. ESPERIENTZIA-MARKETINA

- Bezeroek diskotekaz hitz egitea eta gomendatzen eragingo duen esperientzia paregabea sortzea. Bezeroak sustatu daitezke beren argazkiak eta bideoak sare sozialetan partekatzeko.

10. FIDELIZAZIO EDO MINTEGIEN KLUBA.

- Fideltasun-txartel bat edo beherapenak eskaintzen dituen edo ekitaldi eksklusiboetarako lehentasuneko sarbidea eskaintzen duen kide izateko sistema bat eskaintzea.

11. ONLINE ERRESERBEN PLATAFORMAK:

- Diskotekek zenbait plataformekin lan egin dezaketa sarrerren salmentak eta ekitaldien sustapenak kudeatzeko.

Laburbilduz, diskotekak kanal digitalen eta tradizionalen konbinazioa erabili behar du, xede-publikoari egokituta. Marka ezagun bat eraikitzea, bezeroentzat esperientzia ahaztezinak sortzea eta publizitate plataforma eraginkorrenak aprobetxatzea da gakoa.