

FUNTSEZKO JARDUERAK

Lehenengo, proiektuaren arrakasta bermatzeko, beharrezkoa da zehaztea zein izango diren gure bezeroak, eta horretarako, gure produktua eta merkatuaren arteko lotura sakonago ulertu behar dugu. Horretarako, kontratatuko dugu psikologo sozial bat, bertako adituak jendearen egoera geografiko, soziologiko eta psikografikoa aztertzeko, bezeroaren beharrak eta motibazioak hobeto ezagutzeko. Psikologo sozialak gure produktuak benetan baliozkoak izan daitezkeela adieraziko digu, gaur egungo gizartea oso gizarte superfiziala dela ulertuta. Gizarte honetan, estetika eta irudiak garrantzi handia dute, eta produktuak horri erantzuten lagunduko du.

Psikologoak bezeroaren pentsamenduak, emozioak eta gizarte-testuingurua aztertzeko baliabideak erabiliko ditu, horrela bezeroaren motibazioak eta erosketa erabakiak hobeto ulertzeko. Gizartearen joerak, hala nola gorputz perfektuaren kultura eta kanon estetikoaren presioa, produktuaren salmenta arrakastatsuen bultzatzen dituen faktoreak izango dira. Psikologoak gure helburua izango da informazio sakon eta konplexua lortzea, bezeroek nola pentsatzen duten eta zer motibazio dituzten gure produktuak erosteko.

Horretaz gain, hornitzaileekiko egoera aztertzea ezinbestekoa izango da. Gure produktua ekoizteko, hornitzaileak beharrezkoak dira, eta hauek fabrikazio-prozesuan parte hartuko dute. Produktoa lortzeko, horietako batzuk pantailak eskainiko dizkigute. Gure fabrikari 50 langile arituko dira, eta langile hauek 1200 euroko soldata jasoko dute. Langileak ondo prestatuta egon behar dira ekoizpen-prozesuari ekiteko, eta horretarako lan-baldintza eta ordainsariak aztertu behar dira, prozesuaren kalitatea eta langileen motibazioa bermatuz.

Halaber, produktua saltzeko kanpaina bat antolatuko dugu, eta horretarako, gorputz perfektua eta estetika erakargarriaren gaineko irudiak erabiliko ditugu. Gaur egungo gizartean, gorputzaren eta irudiaren kudeaketa nabarmen garrantzi handiagoa du, eta kanpaina hau beharrezkoa da gure produktuak arrakasta izan dezan. Anuntzioetan gure produktuak erabiliz, bezeroek gizartean duten irudia eta kanon estetikoekin bat egiten duten mezuak zabalduko ditugu.

Kanpaina honetan, irudi eta mezu motibatzaileen bidez, bezeroak produktuaren erabilera ikusi ahal izango dute, eta kanpaina gizartearen joerei egokituko zaie. Horretarako, soziologoaren eta psikologo sozialaren azterketek lagunduko digute bezeroen emozio eta motibazioak ulertzeko, eta kanpaina honek gizartearen joeren, hala nola gorputz perfektuaren, edertasunaren eta irudiaren inguruan sortzen dituen beharrezkoak betetzea lortu nahi da.

Azkenik, informazioa bi taldetan banatuko dugu: Bezeroen informazioa: Psikologo sozialak jasotako datuak izango dira. Hemen sartuko dira bezeroen geografia, soziologia, psikografia eta gizarte-testuingurua, bezeroaren pentsamenduak, emozioak eta erosketa erabakiak ulertzeko. Bestik, hornitzaileen informazioa:

Hornitzaileek emandako datuak izango dira, produktua lortzeko beharrezko materialak eta osagaiak aztertzeko. Hemen sartuko da fabrikazioaren ekoizpenaren kostuari eta langileen lan baldintzei buruzko informazioa.