

KANALAK

Kanalen aukeraketa prozesuan, ezinbestekoa da kanal bakoitzaren abantailak eta desabantailak aztertzea. Arrakasta lortzeko, komenigarria da kanalekin konbinazio egokia aurkitzea. Ez da egokiena kanal bakarra erabiltzea; areago, kanal desberdinak aztertzea, kontsumitzaileen beharrak eta eskaerak hobeto asetzeko aukera emango digu.



Gure enpresaren kasuan, kanal propioen eta elkartutako kanalen nahasketa bat erabiliko dugu. Salmenta kanalei dagokienez, gure produktuak online plataformetan salduko ditugu, baina aldi berean, kanalen lankidetzat izango dugu non publizitatearen bidez jende gehiagorengana iritsi ahal izango garen. Elkarlan horrek, gainera, elkartrukea hobeagoa izango da, erabiltzaileen artean, eta horrek bezeroen behar eta nahien asebetetze hobe eskainiko

du.

Gure distribuzio-kanala berriz elkartutako kanal batean oinarrituko da, eta horrek esan nahi du irabazi-marjina ez dela oso handia izango. Hala ere, gure helburua ez da salmenta bakoitzeko irabazi handiak lortzea, baizik eta bezero ugari lortzea gure aplikazioan. Horrek, hainbat transakzio eta salmenta eginez, diru-irabazi handiak eskuratzeko aukera emango digu, nahiz eta unitate bakoitzaren irabaziak txikiagoak izan.

Gure estrategia berezkoa da bezeroekin komunikazioa zuzena izatea. Hau da, gure bezeroek bere iritziak, eta ideiak partekatu ahal izango dituzte gure aplikazioan, hau da, gure web gune orrialdean gune bat diseinatuko dugu iritziak partekatu ahal izateko. Guk, aldiz, horiei erantzuteko eta laguntza eskaintzeko aukera izango dugu. Hala ere, gure parte-hartzea mugatua izango da: ez dugu parte hartuko bezeroen erabakietan, eta gure rola funtsean plataforma bat eskaintzea izango da, non



bezeroek euren artean elkarreragin dezaketen. Horrela, gure komunikazioa erabiltzaileen artean izango da, beren ideiak eta iritziak eztabaidatzeko.