

BEZEROAREKIKO HARREMANA



Aplikazioa sustatzeko, honela egingo dugu:

Instagram:

Kontu bat sortuko dugu aplikazioaren eguneratzeen nobedadeak argitaratzeko eta, aldi berean, geure burua promozionatzeko, Instagrameko jendeak interesa izan dezan.

Instagram gaur egun gehien erabiltzen den sare sozialetako bat da, batez ere teknologia eta aplikazio mugikorretan interesa duten gazte eta helduen artean. Horrek aukera bikaina ematen digu gure xede-publikoarekin konektatzeko, gure aplikazioa ezagutzera emateko eta erabiltzaileei ezartzen ari garen hobekuntza guztien berri emateko.



Instagrameko kontuak **bi helburu** nagusi izango ditu: aplikazioaren eguneratzeei buruzko informazioa ematea eta aplikazioa sustatzea, erabiltzaile gehiago erakartzeko. Hemen azalduko dizut zehatzago zer egingo dugun:

Jendeak gure kontua jarraitzeko interesa izan dezan, gure edukia interesgarria eta erakargarria dela ziurtatu behar dugu. Kalitate handiko **irudiak** eta gure markaren identitatearekin bat datozen **koloreak** erabiliko ditugu, eta **hashtag** garrantzitsuak aplikatuko ditugu pertsona gehiagorengana iristeko. Gainera, gure oraingo jarraitzaileei eskatuko diegu gure kontua **gomendatzeko** euren lagunei.

Estrategia hau garrantzitsua da Instagramek ez duelako soilik argazki politak partekatzeko balio. Funtsezko tresna da **erabiltzaile leialen** komunitate bat eraikitzeko, informatuta egon daitezen eta, garrantzitsuena, gure aplikazioa beste batzuekin parteka dezaten. Halaber, haiekin modu erregularrean elkarreraginean (haien iruzkin edo mezu zuzenei erantzunez), harreman hurbila sortuko dugu, eta horrek app-arekiko konfiantza handituko du.

Publizitate-kartelak:

Diseinatuko ditugu estatu mailako hiri garrantzitsuenetan zintzilikatzeko: Madril, Bartzelona, Sevilla, Bilbo...

Ikusgai dauden lekuetako publizitate-kartelak dira oraindik ere **jendearen arreta erakartzeko** modurik eraginkorrenetako bat, batez ere pertsona-fluxu handia duten hirietan, hala nola Madrilan edo Bartzelonan. Gaur egun sare sozialak eta publizitate digitala oso garrantzitsuak diren arren, kartel fisikoak oso tresna boteretsuak dira oraindik, agian plataforma digitaletan hain presente ez dauden pertsonengana irits daitezkeelako.

Kartel horien helburu nagusia da **gure aplikazioa ikusaraztea**, ikusten dituzten pertsonen artean **interesa sortzea** eta **jende**

Zereginak
amaitu,
denbora
irabazi

Planifit
WWW.PLANIFIT.EUS

gehiagok deskargatu eta erabiltzea. Norbaitek kartela ikusten duenean, harrituta sentitzea eta gure app-ari buruz gehiago jakin nahi izatea nahi dugu.

Publizitate-aplikazioekin:

Google Ads eta Milanuncios bezalako publizitate aplikazioak erabiliko ditugu oso eraginkorrak direlako publiko segmentatu batengana iristeko aukera ematen digutelako. Google Ads-ek, adibidez, erabiltzaileen bilaketetan eta online portaeran oinarritutako iragarki pertsonalizatuak eskaintzen ditu. Milanuncios iragarki sailkatuak argitaratzen dituzten plataforma bat da, eta tokiko erabiltzaileengana modu zuzenagoan iristeko ere erabil dezakegu.

Hitzaldiak institutuetan:

Institutuetan **publiko gaztea** aurki dezakegu, batez ere gure app-a produktibitatera, antolakuntzara, hezkuntzara edo erlazionatutako gairen batera bideratuta badago. Gainera, iritzi- eta ikuspegi-aniztasun handiko pertsona-taldea izanik, gure aplikazioari buruz benetan zer pentsatzen duten eta haientzat erakargarriagoa izan daitekeen zer hobekuntza egin ditzaketen jakingo dugu.



Amaitzeko, **aplikazioa kaleratzean**, jendeak **bonuak** eta **deskontuak** izango ditu lehen asteetan, aplikazioa modu esponentzialean hazkundea emateko.

Aplikazioan denbora gehien daramatenei **2 hilabete** doan emango zaizkie **Premium** zerbitzua probatzeko.

Ordainpeko zati honek arreta **pertsonalizatuagoa** eta **adimen artifizialaren perfekzio handiagoa** eskaintzen du. Kasu honetan, doako ChatGpt-a erabili beharrean (aplikazioaren doako zatian erabiltzen da), Premium bertsioan, 4.0 bertsioa erabili ahal izango da, azken finean, adimen artifiziala alderdi guztietan hobetu egiten da.