

BEZEROEKIKO HARREMANAK

DescFoodek bezeroekin duen harremana konfiantzan, erraztasunean eta iraunkortasunean oinarritzen da. Web-plataformaren bidez, kontsumitzaileek erraz eskura ditzakete iraungitze- dauden gertuko supermerkatuetako produktuak, eta horrek aukera ematen die erosketa adimendunak egiteko. Bezeroek produktu freskoak baino prezio merkeagoetan aukeratu ahal izango dituzte, produktu horiek oraindik kontsumorako egokiak izanik, baina iraungitze- dataren hurbiltasunagatik merkeagoak izanik. Proposamen hau ez da bakarrik prezioak hobetu, baizik eta kontsumitzaileei aukera ematen die janariaren xahutzea murrizteko, baliabideak modu efizientean erabiliz eta ingurumenaren zaintza sustatuz.

Gainera, DescFoodek arreta-zerbitzu proaktibo bat ezarriko du bezeroentzako, non produktuarekin, erosketa-prozesuarekin edo entrega lotutako edozein zalantza edo arazo konpontzeko laguntza eskainiko de. Bezeroari kalitatezko zerbitzu bat eskaintzea ezinbestekoa da, eta horretarako, gardentasuna eta komunikazio eraginkorra izango dira funtsezko faktoreak konfiantza eta harreman iraunkor bat sortzeko. Bezeroak erakartzeko bi estrategia pentsatu ditugu, DescFoodek merkatuan posizioontzako eta bere bezeroen leialtasuna lortzeko:

Alde batetik, eskaintza pertsonalizatuak izango dira. DescFoodek bezeroen erosketa-ohituretan eta lehentasunetan oinarritutako deskontuak eta promozioak eskaintzeko datuen azterketa tresnak erabiliko ditu. Horrela, bezeroei benetan interesatzen zaizkien produktuetan deskontuak eskaintzea lortuko da, eta estrategia horrek bezeroen arreta erakartzea eta euren epe luzerako interesa mantentzea eragingo du. Bestetik, elikagaiak alferrik galtzeari buruzko kontzientziazio-kanpainak ere aplikazioan eskuragarri egongo dira. Bezeroak erakartzeko modu eraginkor bat da enpresak elikagaien alferrik galtzea murrizteko duen konpromisoa nabarmentzea. Hezkuntza eta sentsibilizazio kanpainen bidez, DescFoodek jasagarritasuna eta ingurumenaren zaintza baloratzen dituzten bezeroekin konektatzea lortuko du.



Bestetik, bezeroak erakartzeko eta fidelizatzeko estrategia gisa sarien programa ezartzea proposatzen dugu. Ohiko bezeroei puntu- edo sari-sistema bat eskaintzea erosketa errepikatzea sustatzeko tresna eraginkorra izango da. Bezeroek zenbat eta gehiago erosi, orduan eta onura edo deskontu gehiago jasoko dituzte, eta horrek markarekiko leialtasuna indartuko du, baita bezeroaren konpromisoa ere. Horrela, DescFoodek bezeroen motibazioa handituko du, epe luzerako harreman sendoak eta fideltasun handiagoa lortuz, eta, aldi berean, markaren balioa eta irudi positiboa areagotuko dira.