

Harreman

Garrantzitsua da gure enpresak gure bezeroekin izango duen harreman mota definitzea.

Enpresa baten eta bere bezeroen artean aldi berean gerta daitezkeen hainbat harreman mota daude: laguntza pertsonala, laguntza pertsonal dedikatua, autozerbitzua, zerbitzu automatizatuak, komunitateak eta baterako sorkuntza.

Enpresa edo erakunde baten eta bere bezeroen arteko harremanek aldi berean edo bereizita gerta daitezkeen motibazio desberdinak izan ditzakete. Horien artean ohikoenak hauek dira: Bezero edo kontsumitzaile berriak lortzea Dauden bezeroak atxikitzea Eta salmentak handitzea.

Enpresa baten motibazioak, bere merkatu-segmentu espezifikoarekin harremanak ezartzean, aldatu egin daitezke denboraren poderioz.

Adibidez, telefonia mugikorraren boomean, operadoreek bezeroak erakartzeko estrategia oldarkorrak erabiltzen zituzten, doako mugikorren oparia barne.

Merkatua ase zenean, telefonia mugikorreko operadoreek bezeroekiko harreman-eredua aldatu zuten, lehendik zeudenak atxikiz eta bezero bakoitzeko salmenta-bolumena handituz.