

Bezeroekiko harremanak

Lehenik eta behin, bermatu behar da bezeroarentzako arreta eraginkorra, eta ziurtatu behar da kontsumitzaileek erraz eskura dezaketela laguntza, produktuarekin galderak edo arazoak izanez gero. Hori lortzeko, komunikazio-kanalak erabiliko ditugu. Gehien bat sare sozialak erabiliko ditugu, baina beti ere telebistan iragarkiak jarri ditzakegu.

Hasierako kontaktua eduki ondoren, leialtasuna funtsezkoa bihurtzen da. Sustapen bereziak, behin eta berriz erosteagatik deskontuak edo sari-programak eskaintzeak bezeroak berriro erostera bultzatu ditzake. Gainera, garrantzitsua da etengabeko komunikazioa izatea bezeroekin posta elektronikoen, produktuen eguneratzeen edo inkesten bidez, haien esperientzia ezagutzeko eta produktuak edo zerbitzuak haien beharren arabera jartzeko.

Aurrekoarekin lotuta, enpresak kirol probak pratozinatu ahalko lituzke. Horrela, gure izena telebistan ikusi egingo litzake eta kirol proba horietan parte hartzailei geure produktu emango genizkieke. Horrela bezeroak irabaziko genituzkete.

Azkenik, enpresa bat izanik beharrezkoa ikusten dugu webgune propio bat edukitzea. Hori horrela, onura ekologikoak eta xehetasunak dituen hasierako orri bat, enpresaren eta haren misio jasangarriaren deskribapen labur bat, aholku erabilgarriak dituen blog bat eta erosketa-sistema erraz bat eduki beharko lituzke. Erosketa erraztera eta ingurumenarekiko konpromisoa nabarmentzera bideratua.