

FUNTZESKO JARDUERAK

Gure lanean espezializatu behar gara eta enpresek mozkinak non eta nola ateratzen duten begiratu behar dugu horrela gure bezeroek efizienteagoak izan ahalko dira eta mozkinak maximizatuko dituzte.



Balio-proposamena sortzeko jarduerak eta prozesuak

1. Merkatu-ikerketa eta bezeroaren ulermena

Bezeroaren beharrak eta lehentasunak ulertzea: Enpresa arrakastatsuek ulertzen dute bezeroen min-puntuak eta nahien iturriak zein diren.

Lehiakideen analisia egitea: Lehiakideak aztertzea haien indarguneak eta hutsuneak detektatzeko.

Merkatu-segmentazioa eta helburu-publikoa definitzea: Noren beharrei erantzun nahi zaien argi izatea.

2. Helburu estrategikoak definitzea

Misioa, ikuspegia eta baloreak bateratzea.

Balio-proposamenak zer problemari erantzuten dion zehaztea.

3. Sormen eta komunikazio prozesuak

Balio-proposamena sortzea: Mezua argi eta erakargarri formulatzea.

Markaren istorioa eta identitatea garatzea: Markaren bereizgarri nagusiak komunikatzeko estrategia diseinatzea.

4. Marketin-kanpainak planifikatzea eta exekutatzea

Kanpainaren helburuak eta KPIak definitzea.

Komunikazio-kanalak (online/offline) aukeratzea.

5. Tresnak eta teknologia aukeratzea

- Marketin-plataformak aukeratzea eta integratzea (CRM, sare sozialak, posta elektroniko bidezko marketina, etab.).

6. Emaizak neurtzea eta optimizatzea

Marketin-ekintzen arrakasta neurtzeko tresnak erabiltzea (analitika, inkestak, A/B testak).

Jasotako datuak aztertzea eta optimizazioa egitea.