

6. BEZEAREKIKO HARREMANA

Kontuan hartuta eskaintzen dugun produktuak konplexutasun nahiko handia duela, bitartekarien bidez ez den produktu bat eskaintzea ia ezinezkoa izango litzateke. Piezak fabrikatzaile desberdin bati eskatu beharko dizkiogu, beraz, ez da zuzena izango.

Nola erakarriko dituzue bezero berriak, eta nola mantendu eta hazi araziko dituzue bezero horiek?

Odontologia-sektorerako espezializatutako produktu digitalen gure enpresara bezero berriak erakartzeko, marketin digitala baliatuko dugu lehenik. Sare sozialetako kanpainen estrategiak erabiliko ditugu gure xede-publikoarengana iristeko. Eduki informatiboa eta erakargarria sortuko dugu, odontologoek komunitatearekin laburbilduko duena.

Nola erakarri bezero berriak

1. Xede-publikoaren definizioa: Bezeroarentzako arreta-zerbitzua digitalizatzea eta pazientearen esperientzia hobetzea bilatzen duten hainbat tamainatako hortz-kliniketan jarriko dugu arreta. Besteak beste:

- Klinika txikiak, baliabideak optimizatu behar dituztenak.
- Atentzioan automatizazioa eta bikaintasuna bilatzen duten klinika ertain eta handiak.

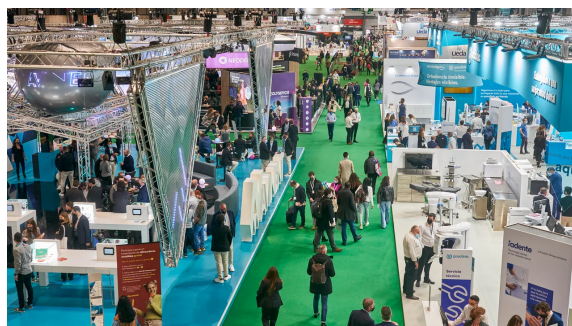
2. Erakartzeko ekintzak:

- Erakustaldi pertsonalizatuak: Ekintzan dagoen IArek demo bat eskaintzea, kontsultak automatizatu, hitzorduak kudeatu eta bezeroarentzako arreta nola hobetzen duen erakutsiz.

- Hortzetako ekitaldi eta biltzarretan parte hartzea: Hortz-sektoreko azoka eta ekitaldietan parte hartzea, produktua zuzenean erakusteko.

- Estrategia digitala:

- Sare sozialetan eta blogetan hezkuntza-edukia sortzea, adimen artifizialak hortz-kliniken kudeaketa nola hobe dezakeen azaltzeko.
- Google Ads eta LinkedIn plataformetan publizitate-kanpainak abiaraztea, bereziki hortzetako profesionalentzat.
- Gomendio-programak: Egungo bezeroei pizgarriak ematea, beste lankide batzuei zerbitzua gomendatzeko, deskontu edo onura gehigarrien bidez.



3. Bereizteko estrategiak:

-Konpromisorik gabeko proba:Doako hilabete bat eskaintzea klinikek onurak zuzenean izan ditzaten.

- ROIaren ikuspegia:Tresnak denbora aurrezteko, kostuak murrizteko eta pazienteen atxikipena hobetzeko moduari buruzko datu zehatzak erakustea.

Nola mantendu bezeroak

1. Bezeroekiko harremana:

- Laguntza pertsonalizatua: Euskarri tekniko azkarra eta eraginkorra eskaintzea hainbat kanalen bidez (zuzeneko txata, posta elektronikoa eta telefonoa). Horrek ziurtatzen du klinikak uneoro babestuta sentituko direla.

- Autozerbitzua: Laguntza-atari automatizatu bat sortzea tutorialekin, ohiko galderekin eta erabilera-gidekin, bezeroek zalantzak azkar argitu ahal izan ditzaten beren kontura.



2. Leialtze-ekintzak:

- Etengabeko eguneratzeak: Ziurtatu laguntzaile birtualak merkatuaren beharren arabera eboluzionatzen duela, funtzionalitate berriak gehituz, hala nola pazienteentzako orogiarri automatizatuak edo hortz-kudeaketako softwarearekin integratzea.

- Harpidetza-plan malguak: Harpidetza-maila desberdinak eskaintzea (oinarrizkoa, aurreratua, premiuma), klinikek aurrekontuaren eta beharren arabera egokitu ahal izan dezaten.

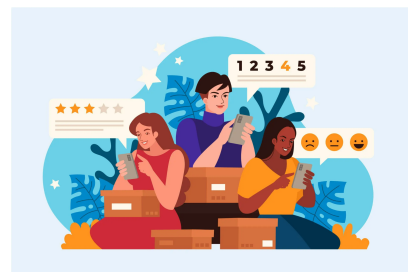
- Etengabeko feedbacka: Inkesta erregularrak ezartzea, bezeroen iritzia jakiteko eta hobetzeko arloak identifikatzeko.

- Trebakuntza: Doako edo aldizkako prestakuntza eskaintzea klinikei, laguntzaile birtualaren funtzionaltasun guztiak ahalik eta gehien aprobetxa ditzaten.



3. Komunitateak:

- komunitate digital bat sortzea, tresnaren erabiltzaileek ideiak trukatzeko, arazoak konpontzeko eta kasu arrakastatsuak partekatzeko aukera izan dezaten. Horrek leialtasuna sortzen du eta produktuaren balioa indartzen du.



Nola hazi bezeroak

1. Merkataritza-harremana zabaltzea:

- Zerbitzu osagarriak: Laguntzaile birtualarekin integratzen diren modulu gehigarriak eskaintzea, hala nola SMS/WhatsApp bidezko gogorazpen-sistemak, klinikaren errendimendu-metrikien analisiak edo marketin automatizatuko tresnak.

- Plan eskalagarriak: Klinikak hazten diren heinean, funtzionalitate gehiago dituzten goragoko planetara igaro ahal izango dira, hala nola pazienteen analisi aurreratueta edo txosten pertsonalizatueta.

2. Ideiak integratzea:

- Klinikak funtzio berrien garapenean parte har dezaten ahalbidetzea, inkesten eta proba pilotuen bidez. Horrek elkarrekin sortzeko harremana sortzen du, eta bezeroek produktuarekin duten konpromisoa areagotzen du.
- Elkartzeko programak: Partner estrategikoen programa bat sortzea produktuaren enbaxadore gisa jardungo duten klinikentzat, eta onura eksklusiboak jasotzea laguntzaile birtuala aktiboki sustatzearen truke.
- Saldu osteko zerbitzuak: Saldu osteko aparteko zerbitzua eskaintzea, honako hauen bidez:
 - Morroiaren funtzionamendua aldan behin berrikustea.
 - Euskarri tekniko aurreratu.
 - Klinika bakoitzean produktuaren erabilera optimizatzeko aholkularitza pertsonalizatuak.

Bezeroarekiko harremanak (eredua):

Proposatzen dugun harreman-eredua hibridoa da, bezero bakoitzaren beharretara egokitzeko:

1. Laguntza pertsonal dedikatua: Klinika handiago edo estrategikoagoetarako, zuzeneko kontaktua errazten duen kontu-kudeatzaile batekin.
2. Autozerbitzua eta zerbitzu automatizatuak: klinika txikietarako laguntza-atariak eta euskarri automatizatuak.
3. Komunitateak: Erabiltzaileentzako interakzio-guneak.
4. Baterako sorkuntza: bezeroak ezaugarri berrien garapenean inplikatzeko.

Zerbitzuarekin lotutako diru-sarreraren iturriak:

1. Hileko harpidetzak: Oinarrizko planak, aurreratuak eta premiuma, klinikak eskatzen dituen funtzionalitateen arabera.
2. Zerbitzu gehigarriak:
 - Hartz-kudeaketako softwarearekin integratzea.
 - Pazienteentzako oroigarri automatikoak (SMS edo WhatsApp bidez).
 - Pazienteen datuen txosten aurreratuak.
3. Trebakuntza-programak: Ikastaro aurreratuak edo tailer pertsonalizatuak eskaintzea adimen artifizialari ahalik eta etekin handiena atera nahi dioten kliniketako langileentzat.