



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

BALIO PROPOSAMENA

• **Ze behar edo arazo konpontzen duzue** EH-SL euskal produktuak saltzen diren denda bat da. hemen euskal herrian jatorria duen janaria saltzen dugu, euskal kirola rentzat produktuak ere, hala nola, esku pilotako pilotak, palak zestako produktuak, ganaduarentzako produktuak, aizkorak, atxurrak...

• **Zer bereizten zaitu eta, beraz, zergatik egongo da bezeroa zuri ordaintzeko prest?**
Beste dendetako produktu gehienak kampotik erosita dira, gure produktuak guk eginak izango lirateke eta bertakoak izango ziren

-gure proposamena kualitatiboa izango zen gure diseinua desberdintzen duena guk ekoiztutako produktuak izango dira eta hemen, euskal herrian egindakoak izango direla.

-berritasuna izango da ere gure alde egongo den beste faktore bat hemen inguruan horrelako gauz gutxi daudelako.

-gure pertsonalizazioa saltzen dugun produktu denetan gure logoa egongo dela nunbaiten jarrita izango da.

-Marka/estatusa: gure marka pertsonala dugu eta pertsonalizazioan azaldu dugun bezela saltzen dugun produktu bakoitzak gure logoa edukiko du.

Lana geuk egingo dugu ez dugu empleaturik edukiko 4 gara eta bakoitza lan bat edukiko du, bat dendan dependiente beste bi tallerrean eta bestea web horriko eskaerak hartzen eta dendara ematen bezeroak han jasotzeko.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

• **Zein da zure bezeroa?** bertako jendea euskal produkzioa aurrera ateratzen lagundu nahi dutela

• **Zein dira bezero horien ezaugarriak?**

Etxeko produktuen alde apostua egiten dutenak, hemengo produktuak edukita ez dutenak nahi kampotik ekartzea hemen ekoiztu laikena.

Produktuen unibertsaltasuna: Produktuak edo zerbitzuak oso orokorrak izan daitezke eta kalitate edo funtzionalitate estandarizatuak eskaintzen dituzte, denei egokitzen zaizkienak.

Prezio egonkorra: Produktuak prezio eskuragarrian eta komertzializazio masiboan eskaintzen dira, ahalik eta gehien saldu ahal izateko.

Hezkuntza edo komunikazio masiboa: Marketin estrategiek edo iragarkiek ez dute segmentu berezi edo espezifikoa bat kontuan hartzen, baizik eta jende guztientzat balio duten mezu orokorrak erabiltzen dituzte.

Distribuzio masiboa: Produktuak edo zerbitzuak kanal zabalei esker banatzen dira, supermerkatuetan, dendetan, online plataformetan eta abar.

Adibide batzuk merkatu masiboaren barruan sartzen dira:

- Haur eta helduentzako arropa (kamixetak, sudadera, etab...).
- Janari produktuak (adibidez, gaztak, letxugak).

Merkatu masiboak lehiakortasun handia ekar dezake, baina era berean, produktuak eta komunikazioa orokortu behar izaten dira, bezero asko erakartzeko moduan. Hori dela eta, egon daitezke estrategia masiboak eta segmentatze espezifikoagoak elkartzen dituzten enpresak, bakoitzak helburu eta behar desberdinak betetzeko.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

FUNTSEZKO SOZINETATEAK

- **Zein dira behar dituzuen bazkide eta hornitzaile nagusiak zuen proiektuak funtziona dezan?** Denda aurrera atera nahi duten gendeak sare sozialetan propaganda egiten dutenak gendea gerturatzeko eta ala nola irabaziak edukitzeko
- **Zergatik dira garrantzitsuak guretzako?**

Herriko dendetan erosketak egiten dituzten bezeroek ekonomia lokalari laguntzen diote. Denda txikiak eta enpresa lokalak zure herrian diruaren zirkulazioa mantentzen laguntzen dute, eta horrek tokiko enpleguak sortzen eta tokiko zerbitzuak hobetzen laguntzen du.

Tokiko dendek komunitatea batzen eta bizitza soziala sustatzen laguntzen dute. Dendetan erosteko, bezeroek tokiko identitatea indartzen eta herriaren kohesioa laguntzen dute.

Denda txiki askok kalitatezko produktuak eskaintzen dituzte, eta horiek pertsonalizazioak eta berrikuntzak bilatzen dituzten bezeroei erakargarriagoak egiten zaizkie.

Herriko dendetan bezeroek maiz zerbitzu pertsonalizatua jasotzen dute. Salmenta aholkularitza eta bezeroarentzako laguntza hobeia izan daiteke, eta horrek erosketaren esperientzia hobeia sortzen du.

Herriko dendetan erosketak egiten dituzten bezeroak marka edo denda jakin bati leialtasuna adierazi dezakete, eta dendetan erosketak egiteak bezeroarentzako deskontuak edo eskaintza eskusiboak ekar ditzake.

Produktuen hornitzaileak: Tokiko ekoizleak, artisauak edo baserritarrek produktuak hornitu beharko dituzte dendari. Hori barne hartzen du tokiko janaria, edariak, artisautza, jantziak edo bestelako produktuak.

Landako produktuak: Laborantza edo abeltzaintzako produktuak, hala nola barazkiak, frutak, haragia, gaztak, arrainak, etab. Tokiko baserritarrek eta nekazariek hornitzen dituztenak.

Produktu ekologikoen eta jasangarritasunaren hornitzaileak:

Denda ekologikoen edo jasangarritasunaren aldeko apustua egiten badu, hornitzaileak ingurumenarekiko konpromisoa izan beharko lukete, hala nola ekologikoak diren produktuak edo biltegiratze eta garraio jasangarriak eskaintzen dituzten hornitzaileak.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado

Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

DIRU-SARRERAK

• **Zenbat eta nola ordaintzeko prest dago zuen bezeroa eskaintzen ari zareten produktuaren edo zerbitzuaren truke?** Gure produktuak pixkat garestiagoak izango dira, kalitatezko produktoak direlako, guk landatu ditugulako eta oso ondo zaindu ditugulako. Azkenian, guk produktu ona egingo ditugu, guk landatu eta egingo genuke.

Hori dela eta, kontsumitzaileen prest egon edo ez produktuak edo zerbitzuak erosteko zenbatekoari dagokionez, hainbat faktore kontuan hartu behar dira. Hau da, bezeroek ordaindu nahi duten zenbatekoa hainbat elementuren arabera aldatuko da:

Produktua edo zerbitzua: Produktuaren edo zerbitzuaren motak eta kalitateak eragina izango du bezeroaren prest egon zaitezkeen prezioan. Adibidez, produktua funtsezkoa eta beharrezkoa bada (janaria, higiene-produktuak), bezeroek, oro har, gehiago ordaindu ahal izango dute.

Marka edo konfiantza: Denda edo markak bezeroen konfiantza lortzen badu, horrek ere prezioa gehiago justifikatzeko aukera ematen du. Marka ezagun edo prestigiodun batek bezeroek gehiago ordaintzea susta dezake.

Lehiakortasuna eta prezio-konparazioa: Bezerraren aurrean dauden beste aukera edo dendekek prezio hobeak eskaintzen badituzte, denda jakin batean gehiago ordaintzea zaila izan daiteke.

Merkataritza ingurunea: Herriko denda batean egindako erosketak inguruko lehiakideen prezioekin eta tokiko egoerekin ere lotuta egon daitezke. Denda txikiek, adibidez, gehiago ordaindu beharko dute zerbitzu pertsonalizatua eta bertako produktu bereziak eskaintzen badituzte.

Bezeroaren egoera ekonomikoa: Errenta edo ekonomiaren egoeraren arabera, bezeroek prezioak doitzeko prest egon daitezke, batez ere erosteko ahalmena murriztuta dagoenean.

Azken finean, bezeroaren prest egon edo ez ordaintzeko produktua edo zerbitzuaren truke faktore hauek kontuan hartuta sortuko da. Prezioa eta eskaintza batzuetan malgua izango da, batez ere tokiko denda txikietan eta bezeroarekin gertuko harremana izan daitekeen kasuetan.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

• Zer egingo duzue zuen produktua edo zerbitzua bezeroengana helarazteko?

Aparteko promozioak eta deskontuak: Hasierako salmentak sustatzeko, dendan produktuaren lehen erosketarako promozio bereziak eskaintzea (adibidez, %10eko deskontua lehenengo erosketa guztietan edo bigarren produktua doan). Sorteoak eta lehiaketak: Bezeroak dendan bisita egin dezaten eta produktua erosi dezaten animatzeko, lehiaketak edo sorteoak antola daitezke. Proba eta laginak: Produktuak bezeroek probatu edo probatu ahal izatea, hala nola lagin dohainak edo produktuen erabilera aurkezpenak egiteko saioak antolatzea. Afixak eta kartelak: Herriko denda inguruan afixak eta kartelak jartzea, eskaintza eta promozioen berri emateko. Flyer edo esku-orrien banaketa: Dendan eta inguruetan bezeroekin harremanetan jartzeko, eskaintzak edo produktuaren ezaugarriak azaltzen dituen materiala banatzea. Tokiko prentsa eta hedabideak: Herriko aldizkariak edo irratia erabiltzea gure produktuaren berri emateko eta eskaintza jakin batzuk sustatzeko.

Bezeroaren esperientzia hobetzea: Bezeroari arreta eta zerbitzu pertsonalizatuak eskaintzea, produktuari buruzko aholkularitza ematea eta bere beharrianak asetzen laguntzea.

Loyalty programak: Bezero fidelak erakartzeko, saria emateko sistemak edo "leialtasun programak" jartzea, esaterako, puntu batzuen sistema erabiliz, hurrengo erosketa batean deskontuak lortzeko.

Tokiko sare sozialetako kanpainak: Herriko denda baten online presentzia mantentzea, tokiko sare sozialetan (Facebook, Instagram, Twitter) kanpainak eta ekitaldiak antolatuz. Geolokalizatutako publizitatea: Google edo sare sozialetan geolokalizatutako publizitate kanpainak abiaraztea, hurbileko bezeroei produktua edo denda erakusteko.

Tokiko ekitaldietan parte hartzea: Herriko azoketan, feria edo festetan parte hartzea, bertan produktua erakutsi eta bezeroekin harreman zuzena izateko. Gizarte ardurako ekimenak: Herriko komunitatearekin harremanak indartzeko, gizarte ardurako ekimenak bultzatzea, hala nola ingurumenaren edo gizarte ongizatearen aldeko ekintzak.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

FUNTSEZKO BALIABIDEAK

• **Zein dira behar dituzuen elementu garrantzitsuenak zuen proiektuak funtziona dezan?**

Produktuaren kalitatea: Barazkiak freskotasunez eta kalitate onekoak izan behar dute. Eskuz egindako produktuak, berriz, eskulangintza ona eta iraupen egokia izan behar du. Bezeroek kalitate ona espero dute.

Hornitzaile fidagarriak: Barazkiak eta beste produktuak eskuratzekoan hornitzaile fidagarriak eta kalitatezko materialak dituztenekin lan egitea garrantzitsua da. Azken finean, proiektuaren oinarria produktuen kalitatean dago.

Merkaturatzea eta salmenta kanalak: Proiektuak merkaturatzeko estrategia bat behar du. Salmenta kanal desberdinak ezagutu behar dira (hala nola, online denda, azoka edo saltoki fisikoak), eta kanpaina komunikatiboak egin behar dira jendea erakartzeko.

Logistika eta banaketa: Barazkien freskotasuna eta eskuz egindako produktuen kalitatea mantentzeko, logistika egokia eta banaketa sistema eraginkorrak behar dira. Bezeroei entrega azkar eta segurua eskaini behar zaie.

Legedia eta araudiak: Elikagaien salmenta eta eskuz egindako produktuen ekoizpena legediaren arabera betetzea ezinbestekoa da. Lizentziak, segurtasun eta higiene estandarrak eta ingurumenaren zaintza kontuan hartu behar dira.

Bezeroen arreta: Bezeroekin harreman onak izatea, haien iritziak eta eskaerak entzutea eta kalitatezko zerbitzu bat eskaintzea garrantzitsua da. Horrela, bezeroek konfiantza izango dute eta proiektuaren arrakasta bermatuko da.

Finantzaketa eta baliabideak: Proiektuaren hasiera eta funtzionamendua ahalbidetuko duten finantza-baliabideak behar dira. Hori barazkiak erosteko, ekoizpen prozesuak finantzatzeko eta marketing edo logistikako gastuak estaltzeko erabiliko dira.

Marketin estrategiak: Bezeroen interesak piztu eta proiektua nabarmentzeko marketing kanpainak eta estrategia digitalak (sozial media, , eta abar) garrantzitsuak izango dira.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

FUNTSEZKO JARDUERAK

- Zein dira egin behar dituzuen gauzarik garrantzitsuenak zuen proiektuak funtziona dezan? lehenik eta behin gauzarik garrantzitsuena lokal bat erostea edo alokatzea izango zen eta hortik aurrera janaria landatzen, arropa egitea... izango zen.

- Funtsezko jarduerak direla enpresa batek egin behar dituen funtsezko jarduerak, bere negozio-ereduak funtziona dezan.

-Ekoizpena: Gure ekoizpena enpresaren oinarria da, hau da, produktuak edo zerbitzuak guk sortzen ditugu bertan. Prozesu eraginkor eta optimizatuekin, enpresak kostuak murriztu eta kalitate handiko produktuak eskaintzen ditugu, bezeroen gogobetetasuna lortuz.

-Arazoak konpontzea: Enpresa batean beti agertzen dira arazoak, hala nola ekoizpenaren akatsak, kudeaketa arazoak, merkatu aldaketak edo lan-taldearen erronkak. Arazoak azkar eta modu eraginkorrean konpontzea funtsezkoa da enpresaren egonkortasuna eta etorkizuneko arrakasta bermatzeko.

-Plataforma edo sareko jarduerak: Plataformek eta sareek informazioaren trukea, komunikazioa eta lankidetzaz erraztu dezakete, baita merkataritza elektronikoko eta marketin digitaleko estrategiak ere. Interneten eta sare sozialen bidez, enpresak bezeroekin zuzenean harremanetan jar daiteke eta errazago merkaturatu dezake bere produktuak edo zerbitzuak.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz

KOSTU EGITURA

- Zein dira zuen proiektuaren kosturik garrantzitsuenak?

Gure proiektuaren kosturik handiena terreno bat erostea izango zen eta gero herramienta eta material denak erosiko genituen.

-Kostu finkoak: oraingoz terreno bat erostea da kostu finkoa, eta han materialaren kostua, langileen soldata... izango zen.

-Kostu aldagarriak: erabiltzen ditugun materialak erosi edo hor betan dinetuko digu, eta horiek duten salmenta-bolumenaren arabera dira.

-Kostu aldakorrak salmenten bolumenaren arabera aldatzen dira. Hau da, produkzio handiagoa eginez gero, kostu aldakorrek gora egiten dute, eta produkzio txikiagoa eginez gero, jaitsi.



EH-SA

Gorka Garate, Aimar Tejado
Unax Salvatierra eta Unai Muñoz