

Zer egingo duzue zuen produktua edo zerbitzua bezeroengana helarazteko?

KOMUNIKAZIO - KANALA

Komunikazio-kanalen helburua da jendeak proiektuaren berri izatea eta interesa piztea. Horrez gain, balio-proposamena azlduko da, hau da, ingurumenari lagunduko diona eta energia dibertigarri sortuko duena. Horrela, bezeroek parte hartzeko gogoia hartuko dute.

- **Sare sozialak** →Instagram, TikTok, Facebook. Bideo laburrek erakutsiko dute nola dantza eginez argia pizten den eta batera kargatzen den.
- **Webgunea** →Diskotekaren orrialdean azalpen argi bat energia nola sortzen den eta deskontuak nola lortu daitezkeen.
- **Prentsa eta tokiko iragarkiak** →Herriko aldizkariak edo radioak erabiliko dira, batez ere inguruko gazteak erakartzeko.
- **Ekitaldi bereziak** →“Energia festa” eguna, lehen dantzaldian jendeak esperientzia zuzenean bizi dezan.

BANAKETA - KANALA

Banaketa-kanalen helburua da jendeak proiektura erraz sartzea eta esperientzia bizi dezan. Horretarako, diskoteka fisikoa eta online erreserbak eskainiko ditugu. Gainera, Flyer-ak eta tokiko informazioa erabiliz bezero berriak erakartzen dira

- **Diskoteka fisikoa** →Tokiko gune bat non dantza eginez energia sortzen den.
- **Online erreserbak**→ Webgunean edo app baten bidez sarrera erreserbatu daiteke, deskontuaren frogak igotzeko aukera ere.
- **Tokiko merkataritza edo kaferegiak** → Flyer-ak banatzea edo deskontuak sustatzeko

SALMENTA - KANALA

Salmenta-kanalen helburua da jendeak gure zerbitzua erraz erostea eta parte hartzeko prest egotea. Horretarako, sarrerak online eta diskotekako atean salduko dira, deskontuak kontuan hartuta. Gainera, promozio bereziak eta paketeak eskainiko ditugu horrela bezero gehiago erakarriko genituzke.

- Sarrerak online →Webgune edo app baten bidez erostea, deskontuak kontuan hartuta.
- Sarrera fisikoak → Diskotekaren atean saltzea, batez ere momentuko jendea erakartzeko.
- Promozioak → Bizikletaz edo oinez etorri direnentzat deskontuak aplikatzea.

Bezeroarekiko harreman-guneak bezeroarekin komunikazio eta esperientzia zuzena izateko erabiliko dira, bost fase nagusitan banatuko ditugu, eta fase horien bidez enpresak bezeroaren beharrak modu eraginkorragoan identifikatu eta asetuko dira.

- **Pertzepzioa** →Bezeroak proiektuaren berri jasotzen du eta interesa pizten zaio, lehen inpresioak marka edo ekimenarekiko jarrera baldintzatuz.

- **Ebaluazioa**→Bezeroak eskaintza aztertzen du eta parte hartu nahi duen erabakitzen du, aukera desberdinak alderatuz eta bere beharrak asetuko dituen ala ez baloratuz.
- **Erosketa** → Zerbitzua edo sarrera erosten du, online edo bertan, prozesu eroso eta seguru baten bidez erabakia formalizatuz.
- **Entrega** →Bezeroak esperientzia bizi eta zerbitzua jasotzen du, eta jasotakoaren kalitateak bere gogobetetasun maila zehazten du.
- **Salmenta ondorengoa** →Harremana mantentzen da eta leialtasuna sustatzen da, bezeroari jarraipena eskainiz eta berriz ere itzultzeko motibazioa indartuz.