

## 6.1 Bezeroekin harreman orokorra

SmartBrush-en bezeroekin dugun harremana konfiantzan, esperientzia positiboan eta fideltasunean oinarritzen da. Helburua da erabiltzaile bakoitzari bere beharretara egokitutako arreta eskaintzea.

Erabiliko dugun harreman-mota konbinatua izango da:

- **Laguntza pertsonalizatua** (posta eta formularioa)
- **Komunitatea eta interakzio aktiboa** (sare sozialak)
- **Autozerbitzua** (webgunean informazioa, tutorialak)

Bi bezero segmento nagusi ditugu:

1. **Makillaje profesionalak**
2. **Eguneroko erabiltzaileak**

## 6.2 Profesionalekin harremana

Makillaje artistak, estetika-zentroetako langileak eta sektoreko profesionalak denbora aurrezteko, higiena eta kalitate teknikoak baloratzen dituzten pertsonak dira. Horregatik, SmartBrush-ek arreta espezifiko eskaintzen du.

**Eskaintza profesionalerako harreman-eredua:**

- **Aholkularitza teknikoak**
  - Produktuaren erabilera-argibideak
  - Mantentze-gomendioak
- **Eduki espezializatua**  
Tutorial profesionalak
  - Online formakuntza laburrak
  - Produktu berrien aurrebistak
- **Fideltasun-neurriak**
  - Profesionalentzako deskontu bereziak
  - Eskaintza puntualak
- **Komunitate profesionala**
  - Sare sozialetan espazio aktiboak

Helburua da profesionalak markan konfiantza izatea eta SmartBrush-ekin harreman iraunkorra edukitzea.

## 6.3 Eguneroko erabiltzaileekin harremana

Eguneroko erabiltzaileek produktu eroso, estetikoa, berritzailea eta higienikoa bilatzen dute. Haientzat, SmartBrush-ek harreman hurbila eta dinamikoa mantenduko du.

**Harreman-eredua erabiltzaile arruntarentzat:**

- **Komunikazio zuzena eta azkarra**
  - Sare sozialen bidez
  - Webguneko azalpen argiak eta autozerbitzua
- **Fideltasuna sortzeko estrategiak**
  - Deskontu bereziak
  - Komunitate digital batean parte hartzeko gonbidapenak
- **Esperientzia emozioz lotzen duen edukia**
  - Produktuaren erabilera praktikoa erakusten duten bideoak
  - Gomendioak eta aholku bisualak

Helburua da erabiltzailea markarekin identifikatzea eta SmartBrush bere eguneroko ohituretan txertatzea

## 6.4 Ondorioa

SmartBrush-en bezeroekin dugun harremana bi zutabetan oinarritzen da:

1. Arreta pertsonalizatua, konfiantza eta fideltasuna lantzea
2. Komunitatea eta berrikuntza sustatzea, profesionalak eta erabiltzaile arruntak markaren inguruan elkartuz

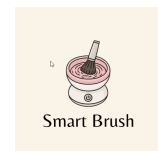
Horri esker, SmartBrush bezeroarengan zentratutako marka sendo eta berritzailea bihurtzen da.

## 7. Oinarrizko balioak eta baliabideak

Enpresak bere balio-proposamena eskaintzeko behar dituen baliabideak lau kategoriatan antolatzen dira.

### 7.1. Baliabide fisikoak

- Ekoizpen instalazioak
- Makineria



- Biltegiatze eta banaketa-sareak

Hauek funtsezkoak dira produktuen kalitatea eta entrega bermatzeko.

## 7.2. Baliabide intelektualak

- Diseinu propioa eta teknologia eskusiboa
- Markaren irudia eta patentagarriak diren elementuak
- Know-how teknikoa eta etengabeko berrikuntza

Hauek dira SmartBrush-en abantaila lehiakor nagusiak.

## 7.3. Giza baliabideak

- Ingeniaritza eta diseinu taldeak
- Marketin eta komunikazio adituak
- Bezeroarentzako arreta eskaintzen duten langileak

Haien sormena eta gaitasuna dira berrikuntzaren motorra.

## 7.4. Finantza-baliabideak

- Aurrekontuaren kudeaketa arduratsua
- Kostuen kontrola eta optimizazioa
- Inbertsio estrategikoak berrikuntzarako

Finantza egiturak aukera ematen du kalitatea mantentzen den bitartean produktua lehiakorra izateko.

## 8. Bazkide garrantzitsuak

Bazkide estrategikoak dira enpresari balioa ematen dioten erakunde edo pertsonak. Helburua da eraginkortasuna handitzea, salmentak indartzea eta bezero berriak eskuratzea.

### Bazkide motak

- Aliantzak / Lankidetzak



- TikTok Shop-ekin egindako lankidetza, ikusgarritasuna eta salmenta handitzeko.
- **Hornitzaile bereziak**
  - SmartBrush-ek gaur egun ez du kanpoko hornitzaile espezifikorik, osagai eta teknologia nagusiak etxe barruan garatzen dituelako.
- **Bazkide estrategikoak bezero gehiago lortzeko**
  - **Amazon, Shein eta TikTok Shop:** Nerabeak batez ere hor erosten dutelako eta gizarte honetan modu errazena delako ikusgarritasuna emateko. Helburua da ikusgarritasuna handitzea, jende berria erakartzea eta gure bezero segmentuaren nahiei erantzutea, izan ere, gure publikoak erosketak digital arina eta plataforma ezagunetan erosiko du.
- **Lankidetza osagarriak**
  - Influencer eta marka kolaboratzaileak marketin kanpainetan
  - Teknologia garatzen laguntzen duten aliantzak
  - Logistika eta banaketa optimizatzen duten enpresak