

5. Banaketa eta komunikazio kanalak:

Gure proiektuak gure bezeroei iritsi ahal izateko, nahitaezkoak dira banaketa eta komunikazio kanalak izatea. Banaketa kanalen barruan, hiru desberdin aipatu ahal ditugu.

1) Komunikazio kanala: honen bidez gure zerbitzua zein den ezagutaraztea, honekiko interesa sortu eta bezeroekin komunikatu nahi dugu, eta honetarako sare sozialak erabiliko ditugu (instagram eta tik-tok izango dira gure kasuan gehien erabiliko ditugunak).

2) Banaketa-kanala: honen bidez produktua banatzea da helburu nagusia baina, guk eskaintzen duguna ez denez ondasun bat baizik eta zerbitzu bat, ez dugu pentsatzen banaketa-kanala garrantzitsua izango denik gure enpresan.

3) Salmenta-kanalak: honen bidez eskaintzen dugun zerbitzua salduko dugu, gure ustez modu eraginkorrena webguneen baten bidez saltzea izango da.

Kanalak, bezeroekiko harreman-guneak dira eta bost fasetan banatzen da.



1) Pertzepzioaren fasea: bezeroak lehen aldiz enpresa edo marka ezagutzen duen unea. Honetarako, komunikazio-kanalak funtsezkoak dira, bezeroak enpresaren irudiari buruzko lehen zirrara jasotzen duelako publizitatearen, sare sozialen edo beste batzuen gomendioen bidez.

2) Ebaluazioaren fasea: bezeroak eskaintzen diogun zerbitzua aztertu eta beste batzuekin konparatuko du. Fase honetan, enpresak informazio argia eta erabilgarria eman behar du, konfiantza eta sinesgarritasuna sortzeko.

3) Erosketaren fasea: bezeroak erabakia hartzen du. Hemen garrantzitsua da gure zerbitzua eskuratzeko prozesua ahalik eta sinpleena izatea.

4) Entregaren fasea: eta bertan gure zerbitzua bezeroari ematen zaio.

5) Salmenta ondorengo fasea: bertan oso garrantzitsua da bezeroarekiko harreman zuzena izatea, gure zerbitzuarekiko izan duen esperientziaren feed back-a edukitzeko, bere iradokizunak jasotzeko... baita ere bezeroak mantentzeko fidelizazio-programak garatzea.