

Bezeroarekiko harremanak

Funtsezkoa da argi eta garbi definitzea gure enpresak bezeroekin nolako harremana ezarri nahi duen, harreman horrek zuzenean eragingo baitu erabiltzaileen gogobetetasunean eta leialtasunean. Harreman mota hori pertsonala eta aurrez aurrekoa izan daiteke, edo bestela automatizatua, web-aplikazioaren, txat-sistemen edo erantzungailu automatikoen bidez. Bezeroekiko harreman mota desberdinak konbinatu daitezke, erabiltzaileen behar eta profilen arabera.

Gure kasuan, laguntza pertsonala eskainiko dugu erabiltzaileek zalantzak edo arazo zehatzak dituztenean, batez ere osasunarekin lotutako gaietan. Horrez gain, laguntza pertsonal eskainia izango dute premium erabiltzaileek, jarraipen estuagoa eta aholkularitza espezializatua jasotzeko. Autozerbitzua ere funtsezkoa izango da, aplikazioaren bidez erabiltzaileek beren entrenamenduak, aurrerapenak eta datuak modu autonomoan kudeatu ahal izateko.

Bestalde, zerbitzu automatizatuak erabiliko ditugu gomendio pertsonalizatuak, entrenamendu-planak eta oharrak eskaintzeko, erabiltzailearen jardueraren eta helburuen arabera. Komunitateak sortzea ere garrantzitsua izango da, erabiltzaileek elkarrekin esperientziak partekatu, motibatu eta erronkak batera gainditu ditzaten. Azkenik, baterako sorkuntza sustatuko dugu, erabiltzaileek aplikazioaren hobekuntzak, funtzio berriak edo edukiak proposatzeko aukera izan dezaten.

Askotan, bezeroekiko harreman horiek produktuarekin lotutako zerbitzu berrien ideiak sortzen dituzte, eta horrek diru-sarrera berriak ekar ditzake, hala nola tarifa finko jarraituak, harpidetzak, salmenta ondorengo zerbitzuak edo eduki eksklusiboak. Horrela, balio handiagoa eskainiko diegu bezeroei eta negozioaren iraunkortasuna indartuko dugu.