



BEZERO KANALAK

Bezeroekin harremanetan jartzeko hainbat kanal ditugu; **komunikazio kanalak**, **komunikazio banaketa** eta **komunikazio salmenta**.

Kanal hauetatik pasatzeko, 5 fase pasa behar dira:

FASEAK:

- **Pertzepzioa**→ Gure enpresak eskaintzen dituen produktuak bezeroek jakitea. Hau da, bezeroak gutaz jakitea.
- **Ebaluazioa**→ Gure balorezko proposamena bezeroek epaituko dute, eta guk zer eskaintzen dugun jakingo dute.
- **Erosketa**→ Guk eskaintzen ditugun produktuak edo zerbitzuak erosteko aukera luzatu behar dizkiegu gure bezeroei.
- **Entrega**→ Nola entregatuko diegu gure balorezko proposamena, nola emango diegu bezeroei erosi digutena?
- **Salmenta ondorengoa**→ bezeroek gure produktua eskuratu dutenean, gure aldetik izan daiteke beste zerbitzu bat erabiltzea.

Gure enpresak bezeroengana iristeko kanal egokiena aukeratu behar dugu, bezeroek nahi duten moduan beraien produktuak eskura ditzaten. Horretarako, hiru aukera nagusi daude:

- **Kanal propioak** (denda fisikoak edo online)
- **Elkartutako kanalak** (beste denda edo banatzaileen bidez)
- **Bi horien konbinazioa.**

Kanal zuzenak irabazi-marjina handiagoa ematen dute, baina garestia eta zailagoa da.

Zeharkako kanalen bidez, berriz, irabazi txikiagoa lortzen da, baina bezero gehiagorengana iristea eta merkatuan eragin handiagoa izatea posible da.

Bezeroekin harremanak izateko, hainbat kanal izango ditugu. Bezeroak, gutaz jakiteko hainbat ekintza egingo ditugu. Adibidez: produktua promozionatuko dugu, sare sozialetan, kartelen bidez, web orrialdean, anuntzio bidez...

Gure produktua, web horrialdean edo dendetan erostean, kanalak ezberdinak izango dira.

Ez dugu edukiko gure denda fisiko bat, baizik eta produktua herriko denda batzuetara, farmazietara eta kirol dendetara eramango dugu eta bertan salduko da.



- Farmazietan, obarioetako edo giltzurrunetako minetarako medikamendu bati buruz galdetzen dutenean, gure produktua ere eskainiko zaie. Kirol denda txikietan berriz, bero poltsen sekzioaren ondoan egongo da.



Ez dugu denda fisiko bat izango, baina denda batzuei alokairu bat ordainduko diegu, horrela beraien dendetan gure produktua saltzeko aukera izango dugu. Gainera, 50 produktu saltzen badituzte, irabazien %2a emango diegu dendako jabeei.

Gu dendaren jabe ez garenez, arrisku bat dugu, ez dugula jakingo nola tratatuko dituzten gure bezeroak eta zer iruditu zaien gure produktua. Hori neurri batean sahisteko, balorazio onenenak dituzten dendetara eramango ditugu eta produktua erostean txartel batean jarriko dugu gure produktua baloratzeko web orrialdean.

Gainera, pentsatu dugu astean behin gutako bat denda batera joatea, gure produktuaren salmentak nola doazen ikusteko. Horretarako txanda batzuk egitea iruditu zaigu ideiarik onena, txanda bat goizean eta bestea arratsaldean izango da, horrela denek izango dute aukera joateko. Bezeroek jakin dezaten noiz joango garen, aste horretan joango garen eguna baino egun bat lehenago kartel bat jarriko dugu dendan, bertan zein ordutan egongo garen adieraziz, edozein zalantza argitzeko.

- Bezeroak, online bidez erosten badute gure produktua, komunikazio bidea ezberdina izango da. Web orrialdetik egingo dute eskaera, erosleak momentu guztietan jakingo du non dagoen produktua. Gure emaila eta telefono zenbakia jarrita egongo da, edozein galdera izanez gero, erraz kontaktatzeko aukera izango dute gurekin.



¹ BIBLIOGRAFIA: Lehenego argazkia Google-tik atera dugu (“www pagina web”, bilatuz agertzen da).

Bigarren irudia Chat GPT rekin egin dago (creame una foto con una riñonera en una farmacia que se vea claro q es una farmacia y que en una zona de la farmacia vendan una riñonera, esanez egin digu).