



BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

Bezeroekin komunikazioa erraztu eta irisgarri egiteko, hainbat kanal erabiliko ditugu, betiere arropa pertsonalizatuaren prozesua errazteko helburuarekin. Alde batetik, informazioa jaso, kexak bidaltzeko edota informazioa jakinarazteko Gmaila erabiliko dugu, adibidez informazio-eskarietarako eta bezero bakoitzaren beharrei buruzko azalpenak jasotzeko. Bestalde, arreta azkarra behar duten bezeroek telefonoa edo WhatsApp erabiliko dute, adibidez hitzorduak hartzeko, neurketak koordinatzeko edo zalantzak argitzeko. Produktu pertsonalizatuak eta berritasunak zabaltzeko sare sozialak erabiliko ditugu, hala nola Instagram pertsonalizatutako jantzien adibideak erakusteko edo Facebook informazioa partekatzeko. Horrez gain, gure webguneko txatak kontsultak azkar erantzuteko eta pertsonalizazio-prozesuan laguntzeko balioko du, eta aurrez aurreko arreta denda fisikoan edo tailerrean emango dugu, bezeroaren behar berezietara egokituta.

Komunikazio hori banaketa pertsonalizatu eta zuzenean osatuko da: gure arropa egokitua bezeroengana iritsiko da denda fisikoaren bidez, nonneurriak hartu, probak egin eta aholkularitza pertsonalizatua jaso ahal izango den; eta online salmentaren bidez, eskaera pertsonalizatua etxetik abiatzeko aukera eskainiz. Internet bidezko erosketak etxez etxeko bidalketarekin entregatuko ditugu, entrega malgua eskainiz. Banaketa prozesu osoa guk kudeatuko dugu, bitartekaririk gabe, pertsonalizazioaren kalitatea eta prezioaren kontrola bermatzeko.

1. Email

- Informazioa bidaltzeko: pertsonalizazio-aukerak, katalogo orientagarriak, neurketa-gidak, eskaintza pertsonalizatuak.
- Kontsultak jasotzeko: neurriak nola hartu, materialei buruzko zalantzak, behar funtzional zehatzak, entrega-epeak...
- Harreman komertzial jarraitua mantentzeko.

Mugikortasun urriko pertsonentzat formato eroso eta irisgarri bat da, idatziz irakurri edo beranduago kontsultatu daitekeelako.

2. Telefonoa edo WhatsApp

- Kontsulta azkar eta zuzenak: prezioak, neurriak, pertsonalizazio-mailak, moldaketak...
- Laguntza pertsonalizatua emateko: jantzi bakoitza bezeroarentzat egokia dela ziurtatzeko.
- Eskaeren eta ekoizpen-prozesuaren jarraipena egiteko.

Bezero askok komunikazio pertsonal eta azkarra nahi dute. WhatsApp edo telefonoa baliagarri da irisgarritasun mugatua dutenentzat.

3. Sare sozialak (Instagram, Facebook edo Tiktok)

- Jantzi pertsonalizatuen erakustaldi bisualak: nola janzten diren, egokitzen diren teknikoak, prozesua...
- Testigantzak eta bezeroen esperientziak partekatzeko.
- Bezero komunitatearekin harreman zuzena izateko: mezutik, iruzkinetatik...

Sare sozialetan sarritan aurkitzen dira mugikortasun urriko pertsonen komunitateak, eta markaren ikusgarritasuna handitzeko ezinbestekoak dira.

4. Aurrez aurreko arreta

- Tailerrean.
- Showroom-ean (pertsonalizazio-prozesua aurrez aurre azaltzeko).
- Etxez etxeko bisitak (pertsonaren beharren arabera).

Produktu pertsonalizatua den heinean, askotan ikuskatze eta probatze fisikoa beharrezkoa da. Mugikortasun urriko pertsonentzat, etxera joateko zerbitzua oso baloratua da.

5. Webgunea

- Arropa pertsonalizatuaren azalpena eta adibideak, ez produktu estandarrek.
- Prezio orientagarriak, pertsonalizazio-mailaren arabera.
- Neurrien gida argiak, bideo edo ilustrazioekin.
- Harremanetarako formulario irisgarria (testu handia, kontraste egokia, pantaila irakurleekin bateragarria).
- Online pertsonalizazio-aukera eta eskaera-inprimakia.

Bezero askok informazioa autonomiaz kontsultatu nahi dute.

6. Salmenta-momentua (denda, feria edo ekitaldietan)

- Pertsonalizazio-aukeren azalpena zuzenean.
- Materialak, ehunak eta itxiera-sistemak ukitu eta probatzeko.
- Zalantzak berehala argitzeko.
- Harreman pertsonal eta konfiantzazkoa sortzeko.

Jantzi funtzional eta pertsonalizatuetan, esperientzia fisikoa garrantzitsua izaten da.

7. Elkarlan-kanalak

- Fisioterapeutak
- Zentro okupazionalak
- Desgaitasun fisikoen elkarteak
- Gizarte-langileak