

BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

Gure helburua da balio-proposamena (prestakuntza inklusiboa, irisgarritasun-aholkularitza, material egokituia, tailer emozionalak eta familia-atsedeneko zaintza zerbitzua) bezero-segmentu bakoitzarengana modu eraginkorrean heltzea: desgaitasuna duten pertsonak, familiak, hezkuntza-zentroak, enpresak eta udalak/elkarteak.

- a. Lehenengo eta behin gure helburuak lortzeko, jendeak enpresa ezagutzea funtsezkoa da. Enpresa berria denez, zailagoa da enpresak eta indibidualek gu kontratatzea. Horretarako, bezeroak lortzeko, hainbat estrategia sortu ditugu. Internet eta sare sozialen bidez gure proiektuari ikusgarritasuna eman nahi diogu, gure balioak zabalduz, eta modu horretan bezeroetara helduz. Horretarako hurrengo hauek bideratuko ditugu:
- Web-orrialde inklusiboa, irisgarritasun estandarrak betez WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) arauak jarraitu, adibidez kontraste egokia, testu alternatiboak irudientzat eta nabigazio erraza. Gure web-orrian irudi bideo eta grafiko guztiek deskribapen argiak izan behar dituzte pantaila-irakurleentzat. Ikusmen-arazoak dituztenentzat, kolore-kontraste handia eta tamaina handitzeko aukera eskaini. Eta, nola ez, bideoek azpitituluak izan behar dituzte eta audioek transkripzioak.
 - Sare sozialak gazteei bideratuak (Instagram, Tiktok, X...), Linkedin (enpresentzat), Facebook (familia eta komunitatearentzat), tokiko prentsa (irratiak, udal buletinak...), ikastetxetan aurkezpen laburrak, elkarrekin lankide-mezuak (euren sareetan gure jarduerak partekatzea...).
 - Bai web-orrian, bain sare sozialetan testigantzak eta irudiak baimen idatziarekin bakarrik adieraziko dira.

Gure arrakasta neurtzeko, KPI (Key Performance Indicator: Errendimentu Adierazle Gakoak) adierazlea aztertzen dugu, hau da, emaitzak baloratzen ditugu.

Kasu honetan, ezagutaraztean, arrakasta neurtzeko indizeak, webgunearen bisitak, sare sozialetako jarraitzaileak, zenbat enpresa edo pertsona kontaktatzen gaituzten... dira. Hauen bidez jakin ahal izango dugu ondo edo txarto goazen gure estrategiak prestatzean, eta zeozer zuzendu behar bada.

- b. Hurrengo pausua, konfidantza eraikitzea izango lirateke. Honetarako, bezeroei nola lagundu ahal diegun erakutsi nahi dugu. Gure web-orrialdean kasu praktiko eta testigantzak egongo dira, sarbide modu bezala; “Ikastetxe batean nola hobetu genuen komunikazio erraztua”, “nola antolatu genuen atsedeen-zerbitzua familia honentzat”... Horrez gain, orrialdearen zati batean FAQ bat egongo da, hau da jendeak orokorrean egiten dituen galderen erantzunak, gurekin kontaktuan jarri behar ez izateko, baina noski, kontaktuarekin, galdera gehiago egotekotan gu geuk erantzun ahal izateko. Interesatutak egotekotan, enpresak edo familiak 15'-ko kontsulta online izan ahalko dute, guztiz dohainik, non bere interesak definitu eta plan bat garatu ahalko dugu gure enpresarekin batera lortzeko.



Kasu honetan, gure KPIak (Errendimendu Adierazle Gakoak) hurrengoak izango dira; kontsulten eskariak, deskargatutako dosier eta informazioak, gurekin kontaktuan ipini diren bezeroen kopurua...

- c. Enpresa oro bezala, gure helburuetako bat etekinak lortzea da, enpresa eta langileen biziraupenerako. Horregatik, kontratazioa da pausu garrantzitsuenetarako bat, garrantzitsuenaz ez ezateagatik. Gure helburua da kontratazioa erraza eta azkarra izatea, elkarteek eta familiek denbora galdu ez dezaten. Hori lortzeko web bidezko kontratazioen zehar lan egin nahi dugu, -albora utzi gabe mezu edo telefonoz egindako kontratazioak- modu horren bitartez azkarragoa eta errazagoa izango delako. Mezu bidez kontratatu nahian WhatsApp Business aplikazioa erabiliko dugu, erantzun azkarrak eta pertsonalizatuak (audioak, piktogramak irudiak...) eman ahal izateko. Azkenik, kontratatzeke beste modu bat, kontratua fisikoki zinatzen izango da, gurekin bilera bat antolatzen eta han galdera guztiei erantzun ahal izango dugu.

Kasu honetan, gure KPIak (Errendimendu Adierazle Gakoak) hurrengoak izango dira: bidalitako eskaintzak, eskaintzen onarpen-tasa edota kontratu kopurua.

- d. Ekintza eta zerbitzuak erosita egotean, lan egiteko momentua da. Hizketaldi eta formakuntzen kasuan, kontratua sinatuta dagoen momentuan dena prestatzen hasiko gara, dena primeran ateratzeko beti. Gu mugituko gara ikastetxetara, enpresetara... tailer hauek aurrera eramateko, horrela bezeroentzako ezin errazago izango da dena. Online kasuan, adituekin bideo-deiak edo bideokonferentziak antolatuko ditugu ordu zehatz batean.

Atsedeen zerbitzuaren kasuan, familien beharretara moldatzen gara. Zaintza indibiduala denean, bezeroaren etxean antolatuko da, hau da, gu joango gara familien etxetara desgaitasuna dituzten pertsonak zaintzera; horrela familiek denbora izango dute nahi dutena egiteko. Ekintzen kasuan, aurretiaz antolatuko ditugu, denborarekin familiak apunta ahal izateko. Gu ordu eta leku zehatz batean batuko gara partehartzaile guztiekin, gero ekintzak aurrera eramateko.

Material egokituen banaketaren kasuan, ordaindu ostean bidaliko ditugu deskarga-estekak digitalen kasuan. Material fisikoki izateko kasuan, korreoagatik bidaliko ditugu, edo pertsonalki entregatuko ditugu.

Gure zerbitzuaren kalitatea eta bezeroen iritziak jakiteko, hots, gure KPIa ondorengoan oinarrituko da: zenbat saio/tailer saldu ditugun, parte-hartze tasa, entrega-puntualtasuna, edota familia-atseden zerbitzuko orduak.

- e. Salmentarekin ez da gure lana amaitzen, salmenta ondorengo zerbitzua mantentzea nahi dugu ere. Feedback azkar bat eskainiko diogu bezeroari (3 galdera), horrela, zerbitzuarekiko iritzi eta poztasun maila jakingo ditugu. Harremanetan mantentzeko eta etorkizunean berriro gure zerbitzuak mantentzeko, newsletter digital bat bidaliko diogu bezeroari, gure zerbitzuei buruzko berrikuntzekin edo aldaketekin. Gainera, familientzako Whatsapp taldea egongo da, non hurrengo ekintzei buruzko informazioa eskegiko den, iraganean gure zerbitzuak kontratatu dituzten bezeroei lehentasuna emanez.

Gure KPIa ondorengoan oinarrituko da: gogobetetasun inkestaren emaitzak, newsletter irekiera-tasa, edota komunitate hazkundera izango dira.



ITURRIAK

- Microsoft Copilot. (2026). Logotipo generado por inteligencia artificial para “Erraztu S.Coop.” [Imagen generada por IA].
- Web Content Accessibility Guidelines 2.1, W3C World Wide Web Consortium Recommendation (<https://www.w3.org/TR/WCAG21/>), Latest version at <https://www.w3.org/TR/WCAG21>.
- Wikipedia. (n.d.). *Performance indicator*. In *Wikipedia*. Retrieved January 6, 2026, from https://en.wikipedia.org/wiki/Performance_indicator