



BEZEROAREKIKO HARREMANAK

Gure enpresaren helburua da bezeroekin harreman digitala ezartzea, web-aplikazioaren eta laguntza pertsonalaren konbinazioan oinarrituta. Horretarako, harreman mota ezberdinak uztartzen ditugu: zerbitzu automatizatuak, autozerbitzua, laguntza pertsonala, komunitateak eta baterako sorkuntza

Bezero berriek gure zerbitzuak erraz ezagutzeko eta eskuratzeko, web-aplikazio intuitibo eta erabilerraza eskainiko dugu. Aplikazioaren bidez, erabiltzaileek kontua sortu, eskabideak egin eta ordainketak kudeatu ahal izango dituzte denda fisikora joan beharrik gabe. Horrez gain, marketin digitaleko kanpainak, sare sozialen presentzia eta harrerako sustapenak erabiliko ditugu bezero berriak erakartzeko.

Bezeroak gure negozioaren erdigunean kokatuko ditugu, eta horretarako hainbat harreman-modu eskainiko ditugu:

- Laguntza pertsonala: txat bidezko arreta, posta elektronikoa eta telefono bidezko laguntza, zalantzak azkar argitzeko.

- Zerbitzu automatizatuak: FAQ adimendunak, chatbot-a eta webgune bidezko kudeaketa automatikoa, 24/7 erabilgarri.

- Autozerbitzua: bezeroak bere kontutik nahi duen guztia autonomoki kudeatzeko aukera (eskabideak, datuak, ordainketak...).

- Komunitateak: bezeroen arteko espazio partekatu bat sortuko dugu, non iritziak eta esperientziak trukatu ahal izango diren.

- Baterako sorkuntza: bezeroen iritzien eta proposamenen bidez gure produktu eta zerbitzuen hobekuntza etengabea sustatuko dugu (inkestak, test prototipoak, iradokizunen bilketa).

Harreman hauek ez dira soilik laguntza-modu bat; balio erantsia sortzen dute, eta horrek epe luzeko diru-sarrerak ekartzen ditu (adibidez, salmenta ondorengo zerbitzuak edo tarifa finkoko mantentze-planak).

Bezeroa gure negozio-ereduan modu egonkorrean integratzeko, harpidetza-sistema eskainiko dugu. Horrela, bezeroek hilabeteko edo urteko kuota baten truke zerbitzuak modu

jarraituan izango dituzte eskuragarri. Horrek enpresari diru-sarrera erregularrak emango dizkio eta bezeroari esperientzia eroso eskainiko dio.

Gainera, interfaze digitalaren bidez bezeroaren portaera eta beharrak hobeto ezagutuko ditugu, eta horrek aukera emango digu hobekuntza pertsonalizatuak, gomendio automatizatuak eta fidelizazio-programak garatzeko.

Urko Abecia, Chloe Kiran Hussain, Gaizka Medina, Sofia Voloshyna.