

BEZEROEKIKO HARREMANAK

Gure proiektuan argi daukagu bezeroaren eta gure arteko **harremana zuzena** izatea funtsezkoa dela, **konfiantza** sortzeko eta eskaintzen dugun zerbitzua ahalik eta pertsonalizatuena izan dadin. Izan ere, ispilu adimendunaren bidez ematen ditugun aholkuak bezero bakoitzaren **ezaugarrien arabera** direnez, bezeroarekiko harremana gure zeregin garrantzitsuenetarikoa da. Horregatik, gure kanal gehienak zuzenekoak izatea nahi dugu, bezeroak **hobeto ezagutzeko** eta haien beharrei modu egokian erantzuteko.



FastLooking proiektuan uste dugu **bezeroak mantentzea bezero berriak lortzea baino garrantzitsuagoa** dela. Horregatik, gure lehentasun nagusia erabiltzaileekin harreman egonkorra, gardena eta gertukoa sortzea da. Gure produktua ispilu adimenduna bada ere, **esperientzia da eskaintzen duguna**, eta horrek bezeroarekiko konfiantza eta etengabeko komunikazioa eskatzen du.

FastLooking-en, bezeroekiko harremana **esperientzia pertsonalizatuan** oinarritzen da. Ispilu adimendunaren bidez, erabiltzaileek marka desberdinen edukiak ikusi, probatu eta ezagutzeko aukera dute, betiere modu eroso, intuitibo eta doako aplikazio baten bidez. Horri esker, bezeroak ez dira soilik kontsumitzaile pasiboak izango, baizik eta esperientziaren parte aktiboak.

Hasierako harremana, batez ere, **sare sozialen bidez** sortuko da. Instagram, TikTok eta antzeko plataformen bidez, FastLooking-en funtzionamendua azalduko dugu, influencer eta markekin egindako lankidetzak erakutsiz. Kanal hauek funtsezkoak dira gaur egungo gazteengana iristeko, haiek baitira sare sozialetan denbora gehien ematen duten erabiltzaileak eta erosketa-erabakietan eragin handiena jasotzen dutenak. Influencerren bidez, proiektuari sinesgarritasuna, ikusgarritasuna eta gertutasuna emango dizkiogu.



Hala ere, kontziente gara **publiko guztiak ez daudela sare sozialetan aktiboki**, eta horregatik, komunikazio-kanalak askotarikoak izango dira. Telebistako iragarkiak erabiliko ditugu publiko helduagoarengana iristeko, FastLooking produktu berritzailea eta erabilerraza dela azalduz. Era berean, saltoki fisikoetan (El Corte Inglés, MediaMarkt, FNAC...) informazio puntuak eta azalpen bisualak egongo dira, bezeroek produktua zuzenean ezagutzeko aukera izan dezaten.

Bezeroek FastLooking ispiluaren inguruko informazioa **gure webgunearen bidez** ere eskuratu ahal izango dute, baina webgunearen funtzio nagusia **produktua erostea** izango da. Salmenta ez da kanal bakar honetara mugatuko, baizik eta online eta offline salmenta uztartuko ditugu, erabiltzaile bakoitzaren ohituretara egokituz.

Bezeroekiko harremana indartzeko, **arreta zuzena** eskainiko dugu gure mugikorreko aplikazioaren bitartez: **FastLooking App**. Erabiltzaileek zalantzak, iradokizunak edo arazo teknikoak jakinarazi ahal izango dituzte, eta **FastLooking** taldeak erantzun azkarra eta

eraginkorra emango du. Gure helburua da erabiltzaileek babestuta eta entzunda sentitzea.

Horrez gain, bezeroen iritzia oso garrantzitsua denez, **feedbacka aktiboki bilduko dugu**, aplikazioaren barruan galdetegi laburren bidez eta sare sozialetan elkarreraginaren bidez. Informazio horri esker, zerbitzua etengabe hobetzeko eta erabiltzaileen beharretara egokitzeko aukera izango dugu.

Etorkizunera begira, FastLooking proiektuak arrakasta izango balu, **pop-up dendak**



sortuko lirateke, bezeroek produktua aurrez aurre probatu eta esperientzia biziagoa izan dezaten. Ekimen hauek bezeroekin harreman zuzenagoa sortzeko eta markarekiko lotura emozionala indartzeko balioko dute.

Laburbilduz, FastLooking-en helburua da **bezeroek esperientzia positibo, berritzaile eta fidagarria bizitzea**, harreman irekia eta malgua eskainiz. Bezeroen beharrak entzutea eta haien parte-hartzea sustatzea izango dira gure proiektuaren oinarriak, epe luzeko harreman sendoak eraikitzeko.