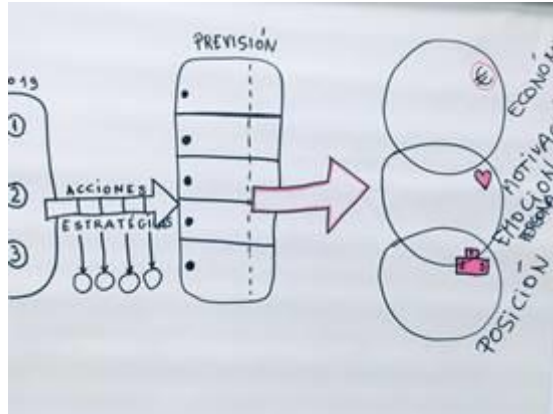


Getxo > MEETING <



Nori eta nola saldu nahi dituzun Eta plan komertziala egitea zure baratzeari buruz hausnartzea bezala izango balitz?

Plan komertzial bat egiteko zure baratza nola diseinatuko zenukeen pentsatu dezakezu. Erein behar da, bai, baina landare guztiak ez dira berdin hazten eta ez dituzte aldi berean ematen fruituak. Horrenbestez, lortu nahi dituzun horri buruz hausnartu behar duzu, eta plan bat egin horren arabera.

Hiru bezero-mota daudela diote:

- 1) GET: lortu nahi dituzunak. Landatu nahi dituzun haziak eta mintegi-landarea.
- 2) GROW: jada existitzen diren bezeroak, zeinei gauza gehiago eskaini ahal baitiezu, dagoeneko zutaz fidatzen den eta egiten duzuna ezagutzen duen norbaitekin zure fakturazioa areagotze aldera. Fruta-arbolak izango bazenitu bezala: jada ez dituzu landatu behar, baina horiek kontserbatu behar dituzu eta fruitu gehiago ematea nahi duzu.
- 3) FORGET: ahaztu nahi dituzunak. Izan ere, bezero batzuk ez dituzu *ureztatzen* jarraitu nahi, eskatzen dutenagatik edo eskatzeko duten moduagatik

Hainbat ariketa proposatuko dizkizugu bezero-mota horiei izena jartzen laguntzeko, galduta zaudenean eta helburu estrategikoekin berriz sintonizatu behar dituzun uneetan lagungarri izango zaizulakoan.

GET: Aipatu itzazu aurten lortu nahi dituzun bezeroak edo epe luzera denbora gehiago eskaini nahi diezun horiek. Idatzi dituzun zerrenda

horretatik zer interesatzen zaizun adierazi ezazu. Horrela, kontaktu horiek azkenean mamitzen ez badira, beti azertu ahalko duzu zergatik interesatzen zitzaizkizun eta interes bera sortzen duten beste batzuk bilatu.

- GROW: Aipatu itzazu jada existitzen diren bezeroak, zeinak errepikatzea, proiektu handiagoak eskatzea edo zure ustez gustatuko litzaiekeen beste zerbitzu-mota batzuk kontsumitzea nahi baituzu.

Gogoratu: aurreko saioan esan genuen moduan, komeni da euroko diru-sarrereren urteko helburuak ezartzea.

- Bezero berriengana gerturatzeko modua zehaztu: LinkedIn bidez, gomendio bidez, norbaiten ordezkari joanez, beste pertsona batzuekin horri buruz hitz eginez, interesa sortzen duen e-mail motibatzailea bidaliz, deituz, ekitaldietara joanez, atez ate... edo zuk nahiago duzun moduan.
- Zehaztu zer eskaini ahal diezun orain dituzun bezeroei gehiago fakturatu dezaten.
- Zure agenda antolatzen lagunduko dizuten ekintza zehatzak finkatu itzazu denboran.

Guzti horren bidez plan komertzial oso sinplea lortuko dugu, urte osoan zehar arreta-fokua mantentzeko lagungarria.

Bezero-mota bakoitzari landare edo zuhaitz baten izena jarri diezaiokezu, hazteko eta fruituak emateko behar duen denbora kontuan hartuta.