

Getxo >MEETING<

Apirilak 23

Zein sektorerara jo dezakezu gehien? Arreta jarri honetan hain garrantzitsua den helburu horri buruz hausnartzeko moduari



Publiko berriarentzat lan egitea, une honetan edo etorkizun hurbilean beste behar batzuk dituelako, irtenbide interesgarria izan daiteke aurkeztu den egoera honetarako. Gure hasierako negozio-eredua malgutzeko eta zure enpresa ziurgabetasunean mantentzen lagunduko duten beste estrategia batzuetan pentsatzeko unea da.

Publiko berari beste zerbitzu batzuk eskaintzeaz ere hitz egin dugu, edo beste formatu batean eskaintzeaz. Egoera hau hilabetetan zehar luza daiteke, sektorearen arabera; beraz, A, B eta C plana egin beharko dira.

Publiko berri bat bilatzeak eta zure ohiko bezeroei zerbitzu gehiago emateak zerikusia du izaten ari diren gabeziak detektatzearekin. Orain, inoiz baino gehiago, beharrianak espezifikoak eta aldakorrak dira. Beraz, garrantzitsua da pertsona horien buru horietan

sakontzeko estrategiak bilatzea. Entzutea, zer gertatzen ari den eta etorkizuneko eszenatokietan zer gerta daitekeen ikustea.

Azalduko dizugu zer ariketa egin ditugun etxean egin ahal izateko. Hartu papera eta boligrafoa eta hasi idazten.

1. Zure egungo publikoa:

Idatzi nor den, nor diren publiko horiek. Idatzi ezazu, beraiengan pentsaraziko baitizu, eta oraingo euren beharrezanetan.

Halaber, pentsatu du zer beharko duten konfinamenduarekin lotutako neurri batzuk desagertzen direnean, baina oraindik ere pertsonen arteko distantziari eutsi behar zaionean. Zer beharko dute? Zer botako dute faltan?

2. Publiko berri posibleak.

Zergatik uste dut interesgarria izan daitekeela?

Orain pentsatu zer nahi duten nire enpresak eskaini ahal izatea?

Edo nola behar izan dezaketen, zein formatutan.

Zer eragin positibo edo onura lor dezakete zure produktua edo zerbitzua erabiliz?

Deskribatu hori guztia xehetasunez, gogoeta egin dezazun.

Orain agian ideia batzuk bururatuko zaizkizu, edo bat bera ere ez. Asko bururatzen bazaizkizu, itxaron 12 ordu horietako zein dagoen finkatuta, zein iruditzen zaizun interesgarria edo estrategikoa ikusteko.

Ezer bururatu ez bazaizu, begiratu hobeto zure eremuko errealitateari, ikertu, irakurri albisteak "hutsuneak detektatzea" klabearekin.



Ohar bat: marketinaren maxima bat dago "beharrizana sortu" diona, baina baliteke egia ez izatea. Jendeak baditu beharrizanak. Gure eginkizuna izan daiteke badituela jabeaztea, eta asebeteko duen irtenbide bat ematea. Eta ondo datorkion formatuan.

Garrantzitsuena da zein diren negozio bakoitzaren aukera-arloak une aldakor hauetan aztertzea, baina amaieratik hasita (hartzaileak edo kontratatu zaitzakeenak), eta hortik abiatuta formula posibleak ematea.

Balio izan dizu?

Getxo MEETINGen, txandakako ostegunetan jarraitzen dugu, orain online, negozio propioa duten profesionalen arteko saio tematiko eta dinamizatuekin.