

Getxo >MEETING<



Zer dio zure irudiak zure negozioari buruz?

Denak helarazten du mezu bat. Esaten duzunak, esaten ez duzunak...

Zure webguneak, zure LinkedIn-eko kontuak, diseinatu berri duzun triptikoak, zure bisita-txartelak eta zure Whatsapp-eko profilak. Denak dio zerbait zure markari buruz. Hau da, ikusten dutenek dagoeneko ezagutzen dutenari lotzen dute, baita gerturazten edo aldetzen dituenari ere. Hala, aipatutako euskarri horietan idazten duzuna irakurtzean, zuri bururatu ez zaizkizun galderak dituzte.

Horra hor Getxo MEETINGeko azken saioaren zentzua: helburua zure marka presente dagoen euskarri buruzko **iritziak lortzea** izan zen.

Horretarako, bakoitzak bere orrialdea edo beste zerbait erakutsi zuen, horri buruzko askotariko ikuspuntuak ezagutzeko asmoz.

Saioan ikasitakoari buruzko zenbait gako nagusi jaso ditugu.

1. Ozen eta argi. Batzuetan gauzak ez dira zuk uste bezain bistakoak.

Milaka estimulu jasotzen ditugu egunero argazkien, bideoen, iragarkien, mezuen eta abarren bitartez; hori dela eta, oso garrantzitsua da erakutsi nahi duzun horren hartzailea den pertsona **KOKATZEA**. Baliteke norbaitek arrandegiko ilaran itxaron bitartean edo kaletik ibiltzean kontsultatzea zure webgunea. Horrenbestez, agian zure ustez ez duzu esan beharrik **enpresa batzarela**, ezta eskaintzen duzun produktu zehatza eta horren onurak hasieratik azaldu beharrik ere, zure ustez bistakoa delako; alabaina, agian ez da horrela.

2. Zein da helarazi nahi duzun mezuaren helburua?

Argi izan ezazu zer helarazi nahi duzun. Eta are gehiago, sortu nahi duzun emozioa zehaztu. Ilusioa, gogoak, segurtasuna, dibertsioa, inbidia, konfiantza, baretasuna... zalantzarik gabe helarazi behar dugun profesionaltasuneko mezuaz gain, beti dago kontatzeko beste zerbait. Ziurtatu argazkiak eta testua bat datozela ezarritako ildoarekin. Sentsazioak susper itzazu.

3. Berdinak al dira zure beharrianak eta zure bezeroenak?

Gure produktu edo zerbitzuak erakusten ditugunean, horiek helarazteko moduari dagokionez, begien bistakoa da ez dugula arreta jartzen gure bezeroek lortu behar duten horretan eta mezuak nahasiak izan ohi direla. Hori dela eta, jar zaitez euren tokian: zer jakin behar du zutaz zure balizko bezero den horrek zu kontrata zaitzan?

4. Ez al nau ulertzen munduak?

Guztiek ez dute zure mezua ulertu behar, bereziki zure negozioa pertsona espezializatuei zuzenduta badago. Hala eta guztiz ere, komenigarria da beste iritzi eta beharrian batzuk entzutea etengabe, zure komunikatzeko moduan aldaketak egin ditzazun. Egiten duzun hori geroz eta errazagoa izan dadin. **Zure produktua ez du beti erosiko hura erabiliko duenak** eta, hortaz, argi mintzatu behar zara. Profesionala eta pedagogikoa izan behar duzu aldi berean. Ezaugarrietan ez ezik, onuretan ere jarri behar duzu arreta.

5. Onar ezazu, komunikatzea etengabeko ikaskuntza da.

Askotariko iritziak entzun ostean, hauxe galdetuko diozu zeure buruari: “zer dela eta pentsatzen dut horrela?”

Horri esker, konturatuko zara zure markak “gune itsuren” bat duela. Horrela, hobetu egingo duzu zure mezua helarazteko eta mezuaren hartzaileen edo gomendatuko zaituzten pertsonen jakin-mina asetzeko modua.

Askotariko iritziak bilatu, findu belarria eta... ikasten jarrai ezazu!

Abenduaren 13an ikusiko dugu elkar, urteko azken Getxo MEETING saioan.