

KIDEEN EKONOMIA, PUBLIZITATE MODERNOA

Posted on 16/04/2015 by Naider

[Robbie Kellman Baxter](#), estrategia aholkularia, entrenatzailea eta hizlaria "Membership Economy" liburuaren egilea da. [Board Studios](#)-k terminoaren sarrera bat ematen digu eta honetan azaltzen du. Ierroak Orokorra zertan datzan praktika hau. Liburuaren egilearentzat, enpresa-praktika hau aro modernoko industria iraultzaren parekoa da.

Kontua ez da soilik bezero gehiago erakartzea, baizik eta enpresako kide bihurtzea. Bezeroak atxikitzea eta zure enpresaren produktuak edo zerbitzuak ordaintzen jarraitzea lortzen baduzu, haiek konfiantza izateko modu bat da. Leialtasun honekin lortzen dena zera da: lehiakortasuna gero eta indartsuagoa den eta kontsumitzaile bakoitzak aukeran aukera zabala duen merkatu batean, zure negozioak abantaila finantzario eta marketin baten onura ateratzen duela, kontsumitzaileek zure negozioan jartzen duten konfiantzak izango duelako. izan ahalik eta bermerik onena.

Liburuaren arabera, kontsumitzaileak bi arrazoi nagusirengatik sartzen dira enpresarekin. Kontsumitzailea enpresaren parte senti daitekeen lehenengo arrazoa harreman sozialengatik da eta bigarrena erosotasunengatik. Harreman sozialak gaur egun egiten diren transakzio guztien parte dira. Ia inork ez du ezer erosten bere lagunekin, familiarekin edo konfiantzazko pertsonekin kontsultatu gabe. Antzeko gustuak dituzten pertsonen aholkuak eskatu ohi ditugu eta horregatik Interneten eta sare sozialetan aurkitzen ditugun produktu eta zerbitzuen iritziek funtsezko zeregina dute gaur egun. Zenbat eta gaitasun gehiago iragartzeko, orduan eta gaitasun handiagoa izango da kontsumitzaile txikian eragiteko.

Aipagarrietako bat erosotasunarena da. Kellmanek dio kide izateak erosotasuna eskaintzen duela eta gaur egun dauden praktika desberdinak begiratu besterik ez dago. Bazkide txartelarekin, esaterako, oso ohikoa da etorkizuneko afiliatuak erakartzen dituzten bezeroei deskontuak ematea. Azken finean, zein hoberik zure gertukoen erabakietan eragiteko deskontuak lortzeko interesa duen bezero bat baino?

[Amazon](#) leialtasuna egiten duen enpresaren adibide garbia da. Kalitatezko zerbitzuak eta produktuak eskaintzeaz gain eta arazorik gabe erraz erabiltzeko aukera izateaz gain. Enpresen arrakastarako beste faktore handi bat feedbacka edo kontsumitzaileen arteko harremanetarako aukera da. Zure iritzia eman eta zerbitzuari eta produktuari buruz duzuna adierazi ahal izatea funtsezko alderdiak dira arrakasta izateko. Laburbilduz, gaur egun hurbiltasuna eta publizitatea nagusi *vozzpopuli*. Gehien eragiten duena jada ez da iragarki polemikoa (neurri batean produktuaz hitz egitera eraman dezakeena), baizik eta jendeak horretaz konbentzita dagoen zerbaitez hitz egitea, hau da, iragarki bat izateko asmorik gabeko iragarkia.

There are no comments yet.