

BANAKETA ETA KOMUNIKAZIO KANALAK

ZER EGINGO DUZUE ZUEN PRODUKTUA EDO ZERBITZUA BEZEROENGANA HELARAZTEKO?

Marketing digitala erabiliko dugu, **instagram kontu** bat (**@*berriklinik***) sortuz, gaur egungo sare sozial ohikoena delako, baliabide oso onak ahalbidetu ahal dizkiguna. Hor aurkeztuko ditugu bideoak klinikaren hasiera eta bukaerarekin, egin ditugun aldaketak nabarmentzen, bezero gehiago lortu ahal izateko.

Hala ere, mezuak jaso eta bidali ahal izateko **gmail** (**berriklinik@gmail.com**) bat sortuko dugu, bezeroekin informazio konfidentziala partekatu ahal izateko era erraz eta seguru moduan. Batez ere, instagram kontua ez daukaten bezeroekin erabiliko dugu. Honekin batera, "Meet" bitartez online hitzaldiak emango ditugu, guri ezagutzeko eta gurekin zuzenean hitz egiteko, izan ahal dituzten edozein zalantza argitzea ahalbidetuz.

Baita ere, hortz-esparruko feriak eta ekitaldietan parte hartu dezakegu: IFEMAn (Madril) egiten den **Expodental ferian**. Gure enpresaren postu batekin, horrela gure ideiak hortz-klinikei zuzenki bideratu ditzazkegu, haiek guri ezagutzuz.

Hurrengo feria 2026. urtean martxoan egingo da, zehazki 14, 15 eta 16an. Honek 500-3.000€ arteko inbertsioa suposatuko digu. Gure postuan jarriko dugu pantaila bat gure instagrama erakusten duena. Baita izango ditugu informazio **triptiko** batzuk. Azkenik, bezero berriak lortzeko eta premiazko, interesatuta dauden klinikeentzat egingo diegu **lehen klinikaren hausnarketa hitzordua doainik**, horrela adierazi ahal diegu zeintzuk diren gure aholkuak, ze aldaketak gomendatzen dizkiogu klinika

hobetu ahal izateko eta gure zerbitzua aprobetxatzeko, konpromesurik gabe.

Nortzuk gara?

Aho-hortzetako higienista garen aldetik, **klinika** batzuek dituzten **gabeziez ohartu gara**. **Aldatu edota hobetu** daitezkeen alderdi eta arazo asko daudelako. Horregatik sortu dugu ekimen hau, hortz-klinikek beren **lan-kalitatea, esperientzia, tratua eta baita bizitza** ere **hobe** ditzaten.

Ideia oso **berritzaileak** dauzka, klinikeentzako interes mordoa izan ahal dituenak.

ZURE KLINIKAREN ETORKIZUNA, GEUK GARA!

ENPRESAREN BALIOAK

- BERRITASUNA
- PERTSONALIZAZIOA
- FORMAZIO AKTIBOA
- AURREZTEA
- DISEINUA
- KALITATEA
- LEIALTASUNA
- IRUDIMENA
- LAN FORMAZIOA
- IREKIA
- KOPERATIBOA

BERRI KLINIK

“BERRITU, EDERTU, ERRAZTU ETA HOBETU”

ezagutu ezazu

[berriklinik](#)

berriklinik@gmail.com

Expodental weborrian ikusi dezakegu zientzuek diren ekitaldi honetan parte hartzeko abantailak (<https://www.ifema.es/expodental>). Haien artean 26.200 pertsona baino gehiago bisitatzen dutela da. Honek esan nahi du jendea ezagutzeko aukera oso eraginkorra izan ahal dela, gainera gure ideia oso berria da eta ez daukagu inolako konpetentziarik arlo honetan, giro osoa gure faborean dago.

Beste aldetik, bezeroarekiko harreman-guneak bost fase hauetan oinarritzen dira, eta horien deskribapena honela garatu daiteke enpresaren edo hortz klinikaren testuingurura egokituta:

Pertzepzioa: Bezeroek zure zerbitzuen berri izan dezaten egiten diren ekintzak dira. Saiatu behar gara pertzepzio hau ona izatea, inpresio ona emateko. Horretarako aurretik azaldutako baliabide ezberdinak erabiliko ditugu.

Ebaluazioa: Bezeroek zure zerbitzuak beste alternatiba batzuekin alderatzen dituzten fasea da. Beraz, ematen diegun informazioa gardena eta erraza izan behar da, prezioekin sinpleak izango gara, zerbitzuen abantail eta desabantail adieraziz eta profesionaltasuna beti kontuan izaten. Horretarako kontsultak egiteko erraztasuna ahalbidetu behar dugu, beraz guztia instagram kontutik bideratuko dugu (edo gmailez), horrela zuzenki hitz egingo dugu.

Erosketa: Bezeroak erabakia hartzen duen eta zerbitzua erosten duen unea da. Beraz, erreserba prozesua erraztuko diogu, lehen esan dugun bezala, instagrametik kontrolatuko duguna. Baita, ordainketa aukera ezberdinak izango ditugu, modu eroso eta malguetan; online, finantzaketa planak edo efektiboan. Beti kontuan izanda bezeroari abisatuko zaiola ustekabeak egon ahal direla.

Entrega: Zerbitzua emateko prozesua bera. Hau da zure bezeroarekin harreman zuzena edukitzeko unea. Orduan, esperientzia bikaina bermatuko da, profesionaltasuna, puntualtasuna, giro eroso eta komunikazio argia. Ahaztu barik zerbitzua pertsonalizatua dela, bezeroaren beharretara egokituz, harreman afektiboagoa eta enpatikoa sustatuz.

Salmenta ondorengoa: Zerbitzua eman ondoren bezeroarekiko harremana mantentzea da. Horretarako, kontrol bisitak eta jarraipena egingo da eta feedbacka bilduko da (zerbitzuaren balorazioa galdetuz). Baita sustapenak eta leialtasun-programak, etorkizunean itzul daitezkeen deskontuak edo beste abantailak eskainiz.