

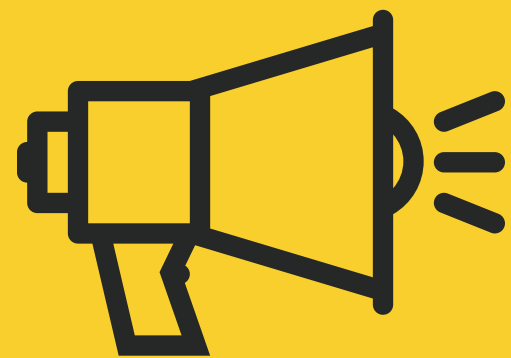
URTARRILA, 2019

**URRETXUKO ETA
ZUMARRAGAKO DENDA TXIKIEN
KONTSUMOA SUSTATZEKO
ESKU HARTZE PROPOSAMENA**

Aholkularitza proiektua

Maidor Sudupe Rodriguez

DENDA TXIKIAK



AURKEZPENA

1. Problematika
2. Helburuak
3. Komunikazio egoki baten beharra
4. Esku hartze proposamena

1. PROBLEMATIKA

Urretxuko eta Zumarragako kaleak ez dira merkataritza gune aktiboak.

Sektore bakoitzaren egoera ezberdina den arren, orokorrean, denda txikietan ez da behar aina kontsumitzen.

Problematikaren esparrua zabala da eta eragile asko daude inplikaturik. Administrazio publikoek laguntza gehiago eskeini beharko lituzketela deritzot baina denda txikiek eszenatoki komertzial berrira egokitzeko gogor lan egin beharko luketeela ere uste dut, kontsumitzailearengana heltzeko komunikazio eraginkorragoa landuz.

Erosketak egiteko garaian kontsumitzaileen lehen aukera ez da izaten denda txikietan erostea.

Zumarragan eta Urretxun, orohar, ez dago denda txikiekiko konpromiso errealik.

Egungo egoera

Denda txikien egoerak hobera egin duen arren, oraindik ere multinazionalen eta saltoki handien aurrean desabantaila egoeran bizi dira. Online salmenta eta saltoki handiak dira mehatxu nagusienak.

Balizko egoera (lortu nahi dena)

- Denda txikiek Urretxuko eta Zumarragako kaleak koloreztatu eta biziberritu dituzte
- Kaleak merkataritza gune aktiboak dira
- Herritarrek, %50 gutxienez, denda txikietan kontsumitzen dute. Enplegua eta aberastasuna sortu da. Denda txikiak herrigintzarako tresna garrantzitsu bihurtu dira.
- Merkataritza-Turismoa bikotea. Zumarragako eta Urretxuko herriek erosketa turismoa sortzea lortu dute. Denda txikiek nortasuna eman diete bi herriei.

Problematikan inplikaturik dauden bi talde nagusiak denda txikietako saltzaileak eta kontsumitzaileak izango dira. Hala ere, Udalak, Foru Aldundia eta Eusko Jaurlaritza (planak eta dirulaguntzak) nahiz ostalariak (eszenatoki beraren partaideak) ere eragile gisa kontutan hartu beharko genituzke.

Eragile bakoitzaren eskakizunen eta hutsuneen, nahiz testuinguruaren azterketa, eta DAFO analisia egin ondoren helburuei heldu behar zaie. Zer da esku hartzearekin lortu nahi duguna?



2. HELBURUAK

Helburu kualitatibo orokorrak

Urretxuko eta Zumarragako denda txikiak dagokien auzoetako erreferentzia dendak bihurtu eta gainontzeko auzoetako nahiz inguruko herrietako bezeroak ere erakartzeko gaitasuna izatea

-Erabiltzaileek denda txikiekiko duten konpromisoa indartzea

Helburu kualitatibo zehatzagoak

-Ikusgarritasuna areagotzea (plataforma bateratua sortu)

-Posizionamendua hobetzea (eduki interesgarriak sortu, saltzaileak inplikatu)

-Fidelizatu (erabiltzaileekin konektatu)

-Salmenta handitu (helburu nagusia)

Emaitzen azterketa egin ahal izateko helburu kuantitatiboak ere landu beharko lirateke, hala estrategiaren balioa eta erabilgarritasuna baloratu ahal izango dira.

3. KOMUNIKAZIO EGOKI BATEN BEHARRA

Arazo baten aurrean aldaketa positiboa eragin dezake komunikazio eraginkor batek.

Komunikazioa ez da arazo horren konponbide bakarra izango, faktore askok eragiten baitute, baina egoera hobetzeko tresna baliotsua izango da.

Komunikazio egoki batek aldaketa positiboa ekar dezake. Gamifikazioa eta storytellinga bezalako komunikazio teknikak, adibidez, egoera hobetuko duten portaera aldaketa eragin dezakete.

Motibazioa, konpromisoa eta parte hartzea hobe dezakete baita komunitatea indartuko duen identitate komun baten sentipena sortu ere.

Aldi berean, komunikazio egokiak transmititu nahi ditugun mezuak entzun, hobe ulertu, onartu eta gogora daitezen lor dezake.



4. ESKU HARTZE PROPOSAMENA

Bi norabideko proiektua izango litzateke. Batetik, kontsumitzaileen portaera aldaketa bilatuko lukeena, baina bestetik denda txikietako saltzaileak ere aktibatuko lituzkeena.

Izan ere, asmoa, denda txikien ikusgarritasuna eta posizionamendua hobetzeko eta fidelizazioa sortzeko lanetan saltzaileak parte aktibo bihurtzea izango da.

