



## Enfoka-Trends 2021eko urtarrila

### “Bezeroarekin lehen harremana: egiaren zero unea”



[Duncan Meyer](#) argazkia [Unsplash-en](#)

ZMOT "benetako zero unea" (zero moment of truth) siglak dira, eta bezero potentzial batek bere beharrak asetuko dituen enpresa hautatzeko baliabide guztiak eta informazio guztia dituen egoera definitzen du. Googlek 2011n sortutako terminoa da, Jim Lecinskik, Google USArako salmenten zuzendari nagusiak, "ZMOT: egiaren Zero Momentua irabaziz" liburua idatzi zuenean, non bezeroen erosketa ohitura berriak aztertzen dituen ikerketa zehatz baten emaitzak aurkezten zituen, erabat digitalizatutako ingurune batean. "Egiaren zero unea" izendapena egiaren lehen eta bigarren unea baino lehenagotik dator, eta honako egoera hauek definitzen dute:

- Egiaren lehen unea: kontsumitzaileak produktuarekin topo egin (normalean offline ingurune batean) eta erostea erabakitzen duenean gertatzen da. Logikoaenez, une honetan arrakasta lortzea funtsezkoa da, bezero berri bat bereganatzea baitu.
- Egiaren bigarren unea: kontsumitzailea produktua erabiltzen hasten denean gertatzen da. Dena ondo badoa, zure itxaropenak berretsiko dira, eta horrek epe luzerako harremana sortuko du. Hau da, une honetan bezeroaren fidelizazioaz ari gara, eta hori ere funtsezkoa da epe luzerako negozioaren errentagarritasunaren helburua lortzeko..

Kontzeptu horren berritasuna da bezeroek Interneten beren intereseko produktu eta zerbitzuei buruzko informazioa eskuratzeko duten joerari esker sortzen dela ZMOT, produktu eta zerbitzu horiek erosi aurretik. Bezeroak hobeto informatuta daude eta gero eta botere handiagoa dute egunero, eta salmenta pertsona bat Interneten sartzen den unetik hasten da, erosi nahi duen produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarriak kontsultatzeko eta non erosiko duten erabakitzeko. Hona hemen egoera posible batzuen adibide batzuk:

- Haur arroparen katalogo bat begiratzen duen pertsona bat, mugikorrarekin, semea eskolara jasotzera doan bitartean.
- Hornitzaileari enkargua egin aurretik inprimagailuen prezioak alderatzeko Google erabiltzen duen enpresa bateko administraria.
- Kafetegi bateko ikasle batek ordenagailu eramangarria erabiltzen du bisitatuko duen hiriko aterpetxeei buruzko erabiltzaileen iritziak bilatzeko.
- Eskaladaren zale amorratua da, eta mugikorra ateratzen du hainbat soka-motari buruzko iritziak ikusteko, dendara sartu aurretik.

Googlek egindako [The zero moment of truth macro study](#) filmak erakutsi zuenez, kontsumitzaileen % 88k Internetera jotzen dute "informatutako" erabaki bat hartzeko erosketa-prozesua osatzerakoan. Horregatik, ZMOT oso faktore garrantzitsua da produktu baten arrakasta zehazteko. Ezinbestekoa da kontzeptu hori kontuan hartzea saltoki baten estrategia digitalerako, eta erabiltzailearen arreta erakartzeko modu eraginkorrago bat birplanteatzeko garaia da, kontsumitzailea erostera bultzatzen duen funtsezko erabakia edozein unetan gerta daitekeelako.

Marketin digitaleko estrategia on bat sortzea eta ezartzea eta Inbound Marketing bezalako ikuspegiak erabiltzea bezalako ekintzekin irabazten da ZMOT; izan ere, haren metodologiak hainbat taktika biltzen ditu, erregai eta lehengai nagusi gisa balio-edukia erabiltzen dutenak.

Nola dago zure saltokiko ZMOT? Zer urrats egin behar dituzu? Gomendio batzuk emango dizkizugu:

## Enfoka-Trends 2021eko urtarrila “Bezeroarekin lehen harremana: egiaren zero unea”



[Duncan Meyer](#) argazkia [Unsplash-en](#)

- Ikertu zure bezeroen online ohiturak. Galdetu zeure buruari zer sare sozial erabiltzen dituzten. Nola bilatzen dute informazioa? Galdera horiei erantzuteko Googleren Google Trends edo hitz gakoaren planifikatzailea erabil dezakezu. Bilatu zure markari eta lotutako beste batzuei buruzko terminoak.
- Pentsa ezazu zure bezero potentzial gisa. Markek denbora eta ahalegin handia ematen dute beren produktuei edo zerbitzuei buruz hitz egiten, baina bezeroek bezala pentsatzeari erreparatuko baliote, ikusiko lukete, aurreko puntuan aipatu ditugun tresnak erabiltzean, bezeroek irtenbideak bilatzen dituztela, adierazpenik bilatuenak "egin/konpondu" edo "produktu/zerbitzurik onena" izaten direlako.
- Garatu zure online presentzia. Hau da, "Nahita topo egiten duena" bezalakoa da, baina online. Hainbat metodo erabil ditzakezu:
  - Optimizazioa bilaketa-motorretarako: SEO eta SEM.
  - Zure bezeroen arazoak konpontzeko balioko duen edukia sortzea eta zabaltzea.
  - Erreklamatu eta osatu zure profila Google my Businessen, zure webgunea adieraziz (web orri bat edo sare sozial bateko profil bat izan daiteke) eta bertan erreseinak egitea bultzatu, jasotzen diren guztiei erantzun beti, positiboak eskerrak eman eta ezezkoetan gertatutakoaz interesatu.
  - Publizitatea sare sozialetan. Audientzia segmentatua lortzen da erabiltzaileen ohiturak eta interesak ezagutzuz.
  - Zure bezeroei lagunduko dien blog bat sortzea: galdera bati erantzuten diolako, arazo bat konpontzen duelako edo premia bat iradokitzen duelako.
  - Etengabeko eguneratzea. Ez da nahikoa lan hau guztia behin egitea, konstantea izan behar da.
- Aztertu metrikak. Zure ekintzekin lortu duzuna neurtzeak zure egiaren zero unea non dagoen gutxi gorabeherako ideia bat emango dizu.

Lehiatu ahal izateko, emaitzetara bideratutako marketin digitaleko plan bat garatzea pentsatu beharko da, SEO estrategiak eta online publizitaterako, fidelizatorako eta salmentarako estrategiak barne hartuko dituenak. Horretarako, beharrezkoa da:

- Erabiltzaileak bilatzeko erabiltzen duen unean bertan egotea.
- Garrantzitsua, interesgarria eta desberdina izatea.
- Zure ekintzen eragina neurtzea.

Laburbilduz, funtsezkoa ez da erabiltzen den teknologia, baizik eta kontsumitzailearen atzean egotea eta harekin konektatzea.

## BIBLIOGRAFIA

- Jim Lecinski (Think with Google, 2014). Momento cero de la verdad: por qué ahora es más importante que nunca. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/busqueda/momento-cero-de-la-verdad-por-que-ahora-es-mas-importante-que-nunca/>
- Alba Fraile (Ciberclick, 2020). ¿Qué es el Zero Moment of Truth (ZMOT)? El momento cero de la compra. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-zero-moment-of-truth-zmot-el-momento-cero-de-la-compra>
- Juan Andres Corrales (Rock Content, 2019). ¿Sabes lo que es el ZMOT o Momento Cero de la verdad? Aprende a identificarlo para alcanzar a tus clientes potenciales. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://rockcontent.com/es/blog/zmot/>
- Patricia Chico (Lead Motiv, 2020). ZMOT: ¿Cómo encontrar los ‘momentos cero’ para atraer a nuevos usuarios? 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://leadmotiv.com/blog/zmot/>
- Adventures (2020). ¿Qué es el ZMOT o Momento cero de la verdad? Tu marca a examen. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://blog.adventures.do/que-es-el-zmot/>
- Social Selling Partner (2019). ZMOT: Nuevos procesos de venta con las redes sociales. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://socialsellingpartner.com/blog/zero-moment-of-truth-zmot-procesos-de-venta-redes-sociales>
- Semrush (2017). El ZMOT y el marketing online para los pequeños negocios. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://es.semrush.com/blog/zmot-marketing-online-pequenos-negocios/>
- Milca Peguero (2020). ¿Que aún no sabes qué es el ZMOT? pues aquí tienes la respuesta. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://milcapeguero.com/que-es-el-zmot/>
- Paula Artacho López (Best, 2019). Zero Moment of Truth (ZMOT): un imprescindible para tu estrategia de marketing. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://agencia.best/blog/zero-moment-of-truth-zmot-imprescindible-estrategia-marketing/>
- Localiza.me (2018). ZMOT: Cambio en las tendencias de consumo. 2021eko urtarrilaren 29an hemendik berreskuratua <https://localiza.me/blog/zmot-tendencias-consumo>

## LOTUTAKO INFORMAZIOA

- Ganando el momento cero de la verdad (e-book): [https://think.storage.googleapis.com/intl/es-419\\_ALL/docs/2011-winning-zmot-ebook\\_research-studies.pdf](https://think.storage.googleapis.com/intl/es-419_ALL/docs/2011-winning-zmot-ebook_research-studies.pdf)
- Que es el momento cero de la verdad. Explicación completa: <https://www.youtube.com/watch?v=AVuWbX6oNec>