

Enfoka-Trends 2021eko martxoa: Prosumitzailea, XXI. Mendeko kontsumitzailea

Bezeroen eta enpresen arteko elkarrekintza modu erradikalean aldatu da. Orain, erabiltzaileek produktuak eta zerbitzuak hobetzen laguntzen dute, hainbat kanaletan aktiboki parte hartuz, prosumitzaile gisa ezagutzen direnak. Alvin Toffler estatubatuar idazle eta futuristak proposatutako kontzeptua da, "Hirugarren olatua" liburuan termino hori planteatu zuena. Bertan, gizateriaren historia errepetatu zuen bere pertzepziotik, eta mundua nola aldatuko zen proiektatu zuen datozen urteetan. Tofflerrek, komunikazioaren eta informazioaren iraultzak enpresak gizatiarrago egingo zituela uste zuen, eta horrek prosumitzaileari bidea emango zion, kontsumitzen zituen produktu eta zerbitzuen ekoizpenean rol aktiboa zuen erabiltzaile bezala definitzen zuena, bereziki eraldaketa digitalaren ondorioz.

Globalizazioarekin eta aldaketa teknologikoekin, kontsumitzaileak informazioa jasotzeko eta elkarri eragiteko bideak aurkitu ditu: lehenengo kontsulta egin, gero kontsumitu eta, ondoren, bere esperientzia baloratu eta partekatu. Komunitatean eragina duten iritziak sortzen ditu, eta blogak, foroak eta sare sozialek ematen duten ikusgarritasunari esker ezagutuko du marka. "Gero eta gehiago oinarritzen gara profil espezializatuen gomendioetan, influencersetan edo gure Instagrameko lagunen storieta erosteta-erabakiak hartzeko orduan, adibidez, jate batera joatean", azaldu du Phil Gonzalezek, Instagramers sarearen sortzaileak. Eta dena smartphone batetik. Internauten% 81ek baino gehiagok ahoz aho fidatzen dela adierazi du, eta% 87k uste du gomendio horiek erabakigarriak direla zer erosi erabakitzeko orduan, Niensen txosten baten arabera. INITECen beste ikerketa baten arabera, hiru kontsumitzailetik bik beste erabiltzaile batzuen iritziak hartzen dituzte kontuan erosi aurretik. Atari espezializatuak dira iritzi horiek ezagutzeko bide erabilienak (% 59). Horien atzetik daude sare sozialak (% 38) eta blogak (% 31). Facebook (% 73), Twitter (% 39) eta LinkedIn (% 52) dira gehien erabiltzen diren sareak. Prosumitzailea, bere eragin ahalmenera esker, produkzio prozesuaren zati da.

Gaur egungo prosumitzaile digitalak ezaugarri hauek ditu:

- Erabiltzaile hiperkonektatua izatea: edozein unetan, edozein lekutatik eta edozein gailuren bidez.
- Bere iritzia ematea gustatzen zaio: sortzen duen edukiak onura ekonomikoak sortzen dizkiola bigarren mailakoa da, bere interes nagusia ahotsa izatea, bere burua entzutea, bere iritzia ematea eta beste erabiltzaile batzuek kontuan hartzea da.
- Kritikoa izatea jasotzen duen informazioarekin: aztertu, konparatu, probatu, eta beti jarriko du beste kontsumitzaile baten iritzia saltzaileak eman diezaiokkeen informazioaren aurretik.

Nola txertatu prosumitzaileen ezagutza zure negozioan?

- Bere iritziak atzeraelikadura espezializatu gisa erabiltzen ditu: hainbat produktuen merkatu-azterketek tresna erabilgarria izaten jarraitzen dute, bezeroak ikuspegi errealista batetik ezagutzeko aukera ematen baitizute.
- Postu bat eskaini ezazu, beta fasean dauden zure produktuen edo zerbitzuen tester gisa: beren iritzia baldin badaukazu produktu-lerro berri bat ofizialki merkaturatu aurretik, beste negozio "berri" batzuek eskaintzen duten batez besteko eskaintzaren gainetik dagoen produktu batekin iritsi ahal izango zara merkatura.
- Egin itzazu edukiak sortzeko ekipoaren zati bat: ikusi ahal izango duzu bezero kopuru handiagoa zure markara hurbilduko dela zure konpainiatik kanpoko pertsona bat baduzu, eta modu librean eta benetakoan adierazten utziko diozu. Horrela, zure bezeroek konfiantza emango dien eta saltzen duzun zerbitzutik edo produktutik gertu sentituko dituen iritzi zintzoa ikusiko dute.
- Hori indartu egingo da zure prosumitzaileak dagoeneko marka pertsonal ondo garatua eta ezaguna badu; hau da, eragina badu.



[Junior REIS](#) argazkia [Unsplash-en](#)

BIBLIOGRAFIA

- Cinco Días (2021). Del consumidor pasivo en moda, al 'prosumidor'. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/28/fortunas/1614552376_335377.html
- Arrontes y Barrera (2021). 3 características de los prosumidores. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://arrontesybarrera.com/creativo/3-caracteristicas-los-prosumidores/>
- Álvaro López Herrera (2021). Prosumidor, el consumidor del siglo XXI. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.jivochat.es/blog/herramientas/herramientas-para-comercio-electronico.html>
- Homemade Marketing (2021). ¿Eres un PROSUMIDOR y no lo sabes? 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://homemademk.com/eres-un-prosumidor>
- EAE Business School (2021). El prosumidor: radiografía del nuevo consumidor. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/el-prosumidor-radiografia-del-nuevo-consumidor>
- Homemade Marketing (2021). ¿Eres un PROSUMIDOR y no lo sabes?. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://homemademk.com/eres-un-prosumidor>
- Hubspot (2020). La era del prosumidor: qué es un prosumer y cómo ayuda a tu marca. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://blog.hubspot.es/marketing/prosumidor>
- Douglas da Silva (Zendesk, 2020). Prosumidor: conoce al consumidor moderno y su importancia para tu marca. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-prosumidor/>
- La Vanguardia (2020). Del consumidor al prosumidor, la clave del éxito empresarial. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.lavanguardia.com/economia/20200206/473301322033/consumidor-prosumidor-clave-exito-empresarial-brl.html>
- Josune Morán (Zont, 2020). Por qué debes tener contentos a los prosumidores (aunque todavía no sepas lo que son). 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.zond.tv/prosumidor-digital/>
- Rock content (2019). Prosumidor: qué es este consumidor y qué papel juega en la era digital. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://rockcontent.com/es/blog/prosumidor/>

LOTUTAKO INFORMAZIOA

- Lastra, A. (2016): El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia, Icono 14, volumen (14), pp. 71-94. doi: 10.7195/ri14.v14i1.902. Recuperado el 30 de marzo de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5334098.pdf>
- González Reyes, R. (2021). Las otras caras del prosumidor: una revisión a los conceptos fundacionales de pro-am (amateur profesional) y maker. Comunicación Y Sociedad, 1-19. 2021eko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua: <http://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e8072>