

### 3. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure balorea bideratzen da gazteen beharrak asetzera. Azken urte hauetan, gastronomiak gorakada izugarri bat nabaritu du. Adibidez, telebistan gero eta sukaldatzeko eta sukaldearen inguruan lehiaketak oso ohikoak egin dira. Merkatua hortaz jabetu da eta errezeta liburuen salmentak igo dira, sukaldatzeko klaseak oso popularrak egin dira (baita ere humeentzako).

Gazte asko, sukaldatzen ez dakitenak, orain interes berri bat sentitzen dute. Bere dieta zaindu nahi dute, edo gauza berriak probatu. Gure aplikazioa merkatuaren segmentazio

gazte bati bideratuta dago 20-30 tarteko ingurukoei, bereziki. Zergatik? Garai teknologiko batean bizi garelako, non mugikorra guztietarako erabiliko dugun. Gaur egun gazte batek errezeta bat begiratu nahi bagu, ez du liburu batean bilatuko, ordenagailuan baizik. Baina ordenagailua baino erosoagoa mugikorra da. Hortaz, **recipy** gazte horiei bideratzen da. Ikasleak, diru edo denbora falta dituztenak baina ondo jan nahi dutenak edo janaria alferrik galdu ez nahi dutenak dira gure bezero nagusiak.

Beste alde batetik, gure proiektua aplikazio bat izatearen abantaila da ez dugula bezero kopurua murriztu behar. Askos gehiago, zenbat eta bezero gehiago izatea gero eta deskarga gehiago izatela esan nahiko zuen, beraz arrakasta gehiago. Gure bezero garrantzitsuenak sare sozialetan presentzia asko dituzten pertsonak dira. Interneten, beste batzuen iritzia influentzia asko du. Bezero batek aplikazioa erabiltzen badu eta erabilezina edo defektuak daukala uste badu, beste aplikazio bat gomendatuko du eta ez gurea.