

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Marketin arloan, merkatu-segmentazioa marka batek aurrera daraman marketin-estrategia bat da, beraz, merkatuan ezaugarri bereziak dituen mugikorretan funden bertsio ezberdin bat diseinatu eta merkaturatzea ekingo diogu, bezeroak dira edozein negozioaren funtsa eta gure bezeroak, mugikorra eta honekin batera zenbait gauza, (adibidez: giltzak) leku guztietara eramaten dituzten pertsonak dira, beraz, gure produktuak beraien erosotasunerako daude prestatuak, gure bezeroak lanpetuta dauden gazteak izango dira batez ere, izan ere, hauek mugikorrarekin batera zenbait txartela eramaten dituzte beraiekin eta gure fundekin txartel guztiak eskura izateko aukera izango dute beti, hala ere, adin txikiagoko bezeroak ere izango ditugu, gaur egun ume askok dituzte mugikorrak eta adin horrekin gurasoek giltzak utzi eta galdu egingo duten beldurra dute, gure produktuarekin giltzak galtzeko aukera gutxiago dituzte eta gainera, mugikorra galtzekotan askoz errazago aurkituko dute, mugikorra giltzak baino errazago aurkitzen direlako.