

2. Merkatuaren segmentazioa

Gure produktua teknologiarri lotuta dagoenez, gure bezeroa teknologia bere eguneroko bizitzan erabiltzen duena izan behar da. Baina ez bakarrik hori, tenis pilota bat denez, boteak emateko edo pilota higitzeko, kirolei lotuta dagoen pertsona bat ere izan ahal da. Orduan gure bezeroek teknologia eta kirola gogoko behar dute.

Gure bezeroak mugikorrek edo kargatzeko aukera duten edozein objektu erabili behar dute eta horretarako gazteak eguneratuta daudenez, jende gazteari bideratuta dago teknologia gehien erabiltzen dutenak baitira. Ekonomikoa da, beraz, kostuaren aldetik edonoren esku dago.

Esan dugunez, gazteak mugikorra gehien erabiltzen dutenak dira, WhatsApp-arekin, twitterra, instagram-a, batera asko gastatzen duten aplikazioak; etxetik kanpo denbora asko pasatzen dutenez, kargatzaile eramangarria ezinbestekoa da. Baina gazteak ez dira gure bezero bakarrak.

Helduek gero eta aparatu elektronikoko gehiago erabiltzen dituztenez, tresna paregabea da lanera eramateko edota edozein larrialdirako.

Beraz, gure bezeroak adinaren eta bizimoduaren arabera banatzen ditugu. Kirolariak (tenisa gustuko duena batez ere) eta jende gaztea gehien bat izango dira.

