

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Denok dakigunez, bezeroak edozein negozio ereduren oinarrizko habeak dira, bezero barik, ezin delako enpresarik aurrera atera. Atal honetan, saltzen dugun produktua kontuan izanda, eduki ahal ditugun bezeroak haien ezaugarri komunen arabera taldekatuko ditugu bakoitzaren beharrianak hobeto asetzeko eta gure produktua modu hurbilago batean haiei heltzeko asmoz. Talde hauen nondik norakoa zehazteko, bezeroen ABC bat egitea erabaki dugu. Hau egiteko, bezeroei zuzendutako gure produktuaren ezaugarriak eta erabilerak finkatzeaz gain, merkaturatutako produktua erosteko prest egon ahal diren bezero potentzialen edo xede-bezeroen gustuak eta beharrianak ere analizatu ditugu. Horretaz gain, izango ditugun bezeroak, CANVAS eredia jarraituz, bi merkatu desberdinetan banantzea erabaki dugu; alde batetik merkatu nitxoa eta bestetik, masiboa.

Hasteko, gure enpresaren xede-bezeroa hiru talde nagusitan banatu dugu. Gure enpresaren lehenengo xede-bezeroa ikastetxeak izango dira. Gure 3D-ko inprimagailuek, sortu ahal dituzten infinitu gauzak direla eta, etorkizun hurbil batean ziur gaude ekarpen handiak egingo dituztela hezkuntza arloan. Bigarren bezero potentziala Euskal herrietako kultur guneak izango dira. Enpresak uste du gure produktua, kultura bermatzeko aukera ezin hobea eskaintzen duela modu ezberdin eta dibertigarri batean gure herriko musika, margolanak, antzezlanak, joko tradizionalak, pertsonai aipagarriak eta abar ezagutzera eman ahal izango direlako.

Azkeneko xede-bezeroa partikularrak izango dira. 3D inprimagailuek edozein gauza sortzeko ahalmena dutenez, hezkuntzan eta kultur arloan ekarpen handiak egiteaz gain, gure eguneroko bizitza errazteko oso baliagarriak bihurtu ahal diren objektuak sortzeko gai da.

R3DESING YOUR WORLD

Aipatu ditugun bezero potentzialak, lehen esan dudan bezala, bi merkatu segmentutan banatuko ditugu.

Alde batetik, merkatu nitxoa bereizten da. Merkatu nitxoa bezero oso zehatzak dituen segmentua da. Bertan hezkuntzarekin erlazionatutako elkarteak sartzen dira. Gure enpresaren helburua, Euskal Herriko ikastetxe guztietan gure produktua ezagutzera ematea da, ikastetxe pribatu zein publikoetara, eta, ezin denez banaka-banaka ikastetxe guztietara joan eta bertan produktua aurkeztu, 2000 ikastetxe inguru direlako Euskal Herri osoan, ikastetxe publiko guztien ordezkaria den eusko jaurlearitzara joatea eta bertan produktua aurkeztea erabaki dugu. Horretaz gain, Euskal Herriko kristau eskola guztiak batzen dituen kristau eskoletako elkartera joatea ere erabaki ona izango dela pentsatu dugu. Amaitzeko, ikastetxe pribatu nagusietara joko dugu uste dugulako hauek direla produktua saltzeko aukera gehienak ditugunak.

Merkatu mota honetan hezkuntzarekin erlazionatutako elkarteak sartzeaz gain, kultura eta aisiarekin erlazionatutako elkarteak ere aurkitzen dira. Gure produktua elkarte guzti hauekara heltzeko, Euskal Herriko kazeta gune zentralera zuzenduko gara gure produktuaren ezaugarriak eta erabilerak bertan azaltzera. Merkatu nitxo honetan sartzen diren bezeroak batez ere "Know how" ez daukaten ikastetxeak izango dira. Horretaz gain, gure produktua etorkizunerako bizio handia daukaten ikastetxe edo edozein elkartera zuzenduta egoteaz gain, teknologia inplantazioan sinisten dutenentzat ere gure produktua ezagutzea ondo etorri ahal zaiela uste dugu. Amaitzeko, kultur elkarteetan produktuan interesa jarri ahal dioten bezeroen artean tailer edo ekintza tradizionaletatik at zerbait gehiago egiteko irrika daukaten pertsonak sartuko lirateke merkatu nitxo honetan.

Bigarren merkatu segmentua merkatu masiboa da. Merkatu masiboa antzeko beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen taldeari deritzo. Merkatu honen barruan partikularrak aurkitzen dira. Partikular guztietara heltzea nahiko zaia denez, enpresak marketingean produktua partikular guztietara heltzeko behar beste diru inbertituko du; kartelak jarritz, irrati edo telebistan iragarkiak eginez eta abar.

R3DESING YOUR WORLD

3Dko inprimagailuak bizimodua errazteko objektuak edo joko pertsonalizatuak eratu nahi dituzten partikularrentzat zuzenduta daude.

1. Ebaluazioa eta hobekuntza:

Bezero aktualen eta etorkizuneko bezeroen adimena sakontzeko, hainbat galdera egin dizkiogu norberari. Bururatu zaigun lehenengo galderetatiko bat hau izan da: Gure bezeroak ezagutzen al ditugu?

Hainbat ordu aztertzen ibili eta gero, konturatu gara bezeroak ezagutzea ez dela bat ere erraza eta bezeroak ondo ezagutzea ezinbestekoa dela proiektu, negozio edo enpresa bat ondo eramateko. Bezeroak aztertzen denbora asko ibili bagara ere, uste dugu kontsumitutako denbora hori baliagarria izan zaigula, izan ere, gure xede bezeroa zein den jakitea lortu dugulako. Honez gainera, bezeroen ABC bat egin dugu, nortzuk diren gure bezeroak ondo jakiteko. Horregatik, esan daiteke gure bezeroak ondo ezagutzen ditugula, hain zuzen, bezeroekiko ikerketa asko egin ditugulako.

Gure bezero kopuruaren hazkunde aukera oso handia da merkatu nitxoan, hau da, eskoletan eta hezkuntza elkarteetan. Gure zerbitzua edo produktua erabiltzen duten eskolak edo hezkuntza elkarteak gustura badaude eskaintzen diegun zerbitzuarekin inguruko eskolek gure zerbitzuaren berri izango dute, eta duda gabe gure produktua erabiltzeko irrikan egongo dira. Beti ere, teknologian sinisten duten eta etorkizunerako bizio handia duten elkarteak badira. Horregatik esan dezakegu modu honetan merkatuan ezagutzera emango gara.

Merkatu masiboan, bezero partikularrak dauden merkatuan, bezeroen kopuru hazkundera ere oso altua izango da. Merkatuaren izenak esaten duen bezala, merkatu honetan bezeroak ia edozein izan daitezkeelako. Beraz, merkatu honetan kontsumitzaile kopuru oso handia dago eta aldi berean salmenta ugaritzeko aukera altua izan genezake.

R3DESING YOUR WORLD

Lehenago esan bezala, bezeroak edozein negozio ereduren bihotza dira eta beraz bezeroen beharrianak asebetetzeko hobekuntzak eskaini egingo dira. Beste alde batetik, argi dago gure bezero probetxuenekoak ikastolak eta edozein hezkuntza elkarte izango direla. Beraz, gure zerbitzuak haiei zuzenduta egongo dira neurri handi batean. Hala ere, ez gara bezero partikularrez ahaztuko, izan ere, gogoratu behar dugu bezero partikularrak merkatu masiboa osatzen dutela eta merkatu masiboak salmenta hazkunde handia eragin dezakeela.

2. Berrikuntza lehiakorra:

Bezeroak ezagutzeko beste era bat ere badago eta gure bezeroak hobeto ezagutzeko beste galdera batzuk formulatu ditugu, hala nola: Bezeroen ezaugarriak bilakaeraren bat izan al dute?

Merkatu nitxoko bezeroak edo hobeto esanda, ikastoletako edo hezkuntza elkarteetako bezeroek ez dute euren ezaugarriak asko aldatuko, gure bezero potentzialak hezkuntza elkarte horietako ikasleak izango direlako beti.

Merkatu masiboan, ordea, bezeroen ezaugarriak asko aldatu daitezke, izan ere, eta lehen esan bezala, merkatu honetan bezero aukera handia dago eta bezeroen ezaugarriak oso zabalak eta ugariak izan daitezke. Horregatik, merkatu honetan bezeroen ezaugarrien bilakaera handiago bat eman daiteke. Honez gainera, gure produktuaren prestakuntzek aurrera egin ahala ere bezeroen ezaugarriak ere aldatu egin daitezke. Honekin batera eta etorkizunari begira esan dezakegu bezero emergenteak izango ditugula eta segmentazio desberdinetako bezeroak gure merkatuaren barnean aurkituko ditugula.

Gure enpresak baditu konpetentziako beste enpresa batzuk, adibidez, "Ta zeba ez (TZBZ)" Euskadiko enpresa oso berritzailea. Enpresa honek hainbat proiektu antolatzen eta bultzatzen eta hau eginez ere promozionatu egiten da. Gainera, enpresa honek ere bezeroak atenditzen ditu, beraz konpetentzia handia da gure enpresarako eta aurre egin beharko diogu.