

## 2. SEGMENTAZIOA

Lehen esan bezala, enpresa aurrera ateratzeko beharrezkoak dira bezeroak. Enpresa aurrera eramateko lehendabizi gure xede-publikoa zein den argi izan behar dugu. Gure kasuan, animaliak dituen jendea da gure xede-publikoa. Behin gure xede-publikoa identifikatu ondoren, haiei egokitutako produktuak eta zerbitzuak eskaintzen ahalegindu gara.

Bezeroen beharrak hobeto asetzeko ezaugarri komunen arabera sailkatu ditugu. Horretarako, galdera batzuk erantzun beharko ditugu:

- Norentzat sortzen dugu balorea?
- Zeintzuk izango dira ukituko ditugun segmentuak negozio-eredu honen bitartez?
- Gehienez, zenbat bezero izan ahal ditugu?
- Zeintzuk izan daitezke gure bezero garrantzitsuenak?

Galdera hauek erantzunda, enpresa zer merkatu-segmentazio motara zuzenduko dugun jakingo dugu. Hau da, gure negozioa zeini zuzenduta egongo den finkatuko dugu. Merkatu-segmentazioa finkatu ondoren, zehaztasunez gure negozio-eredua diseinatuko dugu.

Gure kasuan, bezeroen segmentazioaren arabera, merkatu-nitxo motako segmentazioaren barne gaude. Segmentazio mota honetan, bezeroak oso zehatzak eta bereiztuak dira. Gure kasuan, animaliak zaindu ezin dituzten pertsonak, lanpetuta daudenak, ezgaitasunak dituztenak... Bertan, bezeroarentzako neurritik diseinatutako zerbitzuak ditugu, behararen eta denboraren arabera.