

## 2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure kasuan gure xede-publikoa jatetxera etortzen direnen bezeroak izango lirateke horregatik esaten dugu gure helburua bezeroak lortzea dela.

Segmentuak badaude, ez delako edozein pertsona etorriko guregana:

- Normalean jatetxeetara bazkaltzera edo afaltzera joaten direnak 18 urtetik gorakoak dira, baita familiak, bikoteak, lagun-taldeak... Baina gure kasuan teknologia berritzaile hori gehitzen diogunez, hori kontrolatzen ez duten jende asko ez litzateke etorriko; adibidez, aiton-amonak nahiz eta geroz eta gehiago dauden teknologia kontrolatzen dutenak. Hala ere, ez litzateke problema bat izango kontrolatzen ez duen norbait etortzea zerbitzariren bat egongo baita horrelako kasuetarako.
- Jatetxea ere modernizatu egiten da asko. Zerbitzu hau ezin du edonork gehitu eta zer bait oso berezia izango da gure sozietatean beste edozeinek ez daukalako.

Gure segmentazioaren arabera, alde batetik, merkatu-nitxoa izango litzateke igogailuak behar ditugulako gure jatetxean eta baita sukaldarako tresna bereziak. Bestalde, merkatu-masiboa ere bada antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia delako, hau da, jan nahi duen jendea asetzen dugulako.