

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA



Produktu bat kaleratu aurretik sakon aztertu behar da zein xede publikori doakion zuzenduta, azken finean, bezerorik izango ez duen proiektu bat burutzea hutsaren hurrengoa baita. hau aztertzeko hainbat galderari eman behar zaie erantzuna: Norentzat lan egingo

dugu? Zein da gure bezero profila? Zenbat bezero izan ditzakegu? Zeintzuk izango dira gure bezero garrantzitsuenak?

Beharren arabera, hainbat merkatu mota daude: Kasu batzuetan, behar oso espezializatuak dituzten bezeroak, merkatu nitxokoak direla esaten da. Aldiz, antzerako behar eta arazoak dituzten kontsumitzaileei merkatu masibo deritze.



Gure proiektuaren merkatuaren segmentazioa aztertu ostean, APPa merkatu masibo bati zuzendua joango dela erabaki genuen, hau da, Durangaldean arropa erosteko beharra duen edozein pertsonari zuzendua, aldagarriak erosi aurretik Durangaldeko denda ezberdinen artean prezio konparaketa bat egin dezan.



