

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Argi dago bezeroak direla edozein negozio-ereduren bihotza, izan ere, ez dago haiek gabe denbora luzez iraungo duen enpresarik. Beraz, beraien beharrianak hobeto asetzeko bezeroak ezaugarri komunak arabera sailkatu behar dira.

Hala nola, bezero potentzialen talde batek merkatu segmentu bat osatuko du. Gu merkatu-nitxoan murgilduko gara. Merkatu-nitxoa bezero oso zehatzak eta bereiztuak dituen segmentua da. Hemen, balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurrira diseinatuak daude.

Kontuan izanda, edozein adinekoek izan dezaketela igeltsua, hura duten pertsonak dira gure xede-publikoa. Horren ondorioz, eta gure produktua farmazietan salduko dela argi edukita, farmaziak izango dira gure erosle zuzenak: Gure bezeroak. Farmazien bitartez lortuko dugu gure produktua nahi dugun publikora iristea, eskuratu nahi dugun helburua lortzeko: Igeltsua dutenen azkura asetzea. Dena den, produktua merkaturatzeko beste bide bat hura supermerkatuetan (Eroski, Dia...) saltzea izango da. Gure bezeroak, beraz, bi salmenta puntu desberdin izango dira; farmaziak eta supermerkatuak. Produktua erosiko duten publikoari autozerbitzua sustatzeko aukera ematen diete bi bide hauek.

