

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatu batean, segmentazio mota desberdinak daude, gure kasuan, Merkatu-nitxoa izango da. Merkatu honetan, bezero oso zehatzak eta berezituak izan behar dira.

Bezeroek edozein negozio-ereduren muina dira, izan ere, ez baita haiek gabe denbora luzez iraungo duen enpresarik. Gure produktua itsuendako da, bakarrik haien zati txiki bat. Beraz, oso zehatza den bezeroak dira. Balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurria diseinatuak egon behar dira.



Argi dago gure kasuan, produktua itsuendako zuzendua dagoela eta ez dago beste xede-publikorik, itsuak dira gure bezero bakarrak eta garrantzitsuenak.

Gure produktua kaleratzean, plataforma edota merkatu aldean zuzentzea aukeratu behar dugu gure produktuarentzat, izan ere, produktua saltzeko farmazien laguntza behar dugu.

Produktu hau saltzeko gizarte segurantzakin kontaktuan jarriko genuke, gure bezero garrantzitsuena izango zen, hasieran bereziki. Gure produktua saldu eta gero merkatuan leku bat garatuko genuke eta ezagunak egingo zem APC. Horrela jendea gure dendetara zuzunean joango ziren produktua erosteko.

