

MERKATUAREN-SEGMENTAZIOA

Gure bezero nagusienak bidaiak egiten dituzten pertsonak dira. Baina ere aurkitu dezakegu ikasleak edo irakasleak bi kasuetan, motxila egunero erabiltzen duten produktua da. Irakasleen kasuetan etxean jateko denbora ez dutenean motxila produktu perfektua da eta ikasleen kasuan jantokian geratzen ez diren irakasleak edo etxean jan ezin dutenak.

Laburbiltzen, janaria prestatzeko denbora gutxi edo ez dutenezako eta presaka handia duten pertsonentzako (beti ere, janaria prestatzeko eta denborarekin jateko) Termobag produktu perfektua da.



Merkatuaren kasuan ez dugu merkatu masibo batean oinarritzen baizik eta, kontuan hartzen gure arteko ideiak eta pentsamenduak merkatu segmentu espezifiko batez baliatzen gara. Gure kasuan aukeratutako segmentua bidaiak egiten dituzten pertsonak, sukaldatu edo denbora ez duten pertsonen ezaugarrietan oinarritzen gara. Arazo hauei konponbide bat ematen gure produktuaren bitartez.

