

2. Merkatuaren segmentazioa

Puntu honetan, Canvas ereduko bigarren atalean oinarrituko gara, kontuan edukiko ditugun aspektuak, gure zerbitzua nori edo ze motatako bezeroetan oinarritzen den eta bezero mota horien ezaugarriak ere aztertu eta kontuan eduki beharko ditugu.

Merkatua aztertu ondoren, argi daukagu guk eskainiko dugun zerbitzua ze motatako bezeroei bideratuta dagoen, beraien beharrak kontuan edukita.

Gure merkatua, mistoa da, bezero oso zehatzak eta berezituak dituen segmentua delako, eskainiko dugun zerbitzuan oinarrituz esan dezakegu haur guztientzako ez dela izango, baizik eta gaixo edo ospitalean dauden umeentzako soilik.

Ere esan dezakegu gure enpresa merkatu masiboan sartzen dela, hau da, antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia da, hau da, gure zerbitzua toki zehatz batean emango dugu.

Kontuan izan behar dugu ume bakoitzak bere gaitasun eta ahulezia propioak dituztela, horregatik proposatutako ekintzak ume guztiei moldatuta egon behar dira.

Gure enpresan bezeroak haurrak izango dira, baina familiekin eta medikuekin ere harremana izan beharko dugu umei arreta hobeto bat eskaintzeko.

Familiei galdetu behar diegu haien seme-alabak zelako izaera duten, beren garapena ezagutzeko eta gure esku hartzea zelakoa izan beharko litzateke. Medikuekin ere harremana izan beharko dugu, umearen gaitasunak eta ahuleziak zeintzuk diren jakiteko eta kontuan izateko.

Ospitale publikoan lan egiteko interesa daukagu, hau da, ospitale pribatuetan gure zerbitzua eskaintzen badugu, bertako bezeroek bakarrik erabili ahalko dute, beraz publikoetan lan egiteko erabaki hobetoa dela uste dugu baina pribatuetan lan egiteko aukera ez dugu ezabatzen.

Hautatutako ospitale publikoetako bat, Gurutzeta ospitalea da, umeentzako solairu oso bat dutelako. Ospitale pribatua, IMQ ospitalea hautatu dugu, besteak beste.