



Travel-Up SL

Merkatu segmentazioa:

Hainbat merkatu mota daude bezeroen segmentazioaren arabera. Horrela, geure enpresa zein bezeroei norabideratuko dugun definitu behar dugu, hauek direlako lagunduko digutenak nahi dugun helburua lortzeko.

Geure agentzia, merkatu-nitxoa batera bideratuko da. Merkatu honek bezero oso zehatzak eta berezitatea dituen segmentua da. Hemen, balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurria diseinatuak egon behar dira.

Merkatu hau aukeratuko dugu gure enpresarako egokiena delako, bezero berezi batzuentzako bideratuta baitago eta, gainera, gure enpresaren arlo guztiak bezero hauei egokituta egoten direlako. Hau da, agentzia, bidaiatzeko eta hizkuntz bat ikasteko nahiak dituzten pertsonentzat zuzenduta dago. Batez ere, erdi-mailako ekonomia eta ekonomia maila-bajua dutenentzat - eskuragarria izateko-, joan nahi diren lekuaren hizkuntzaren oinarritzko maila izaten duten pertsonentzako eta, gehienbat, gazteentzako bideratuta, hauek bidaiatzen duten pertsonen artean gehiengoak direlako.

Geure helburua, agentzia on bat sortzea da, non bezeroen nahiak ondo asetu ahal ditugu, dugun guztia haiei eskainiz.

Oso garrantzitsua da merkatuaren segmentazioa egitea, hainbat abantaila ematen baitigu, esaterako marketing-a egitean, gure bezeroak zeintzuk diren jakiten badugu iragarkiak edo horrelakoak hobeagoak izango dira eta bezero horien arreta deituko dute, hau da, marketing-a eraginkorragoa izango da eta gainera lehiakorrak izango gara segmentazio ona egin eta gero.

