

# MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

## **1. Norentzat ari gara balioa sortzen?**

Besteen osasunaz arduratzen ari diren pertsonentzat (Medikuak, farmazeutikoak...), eta kontsumo propiorako erabili nahi duen edozein pertsonentzat.

## **2. Zein dira gure bezero-segmentu garrantzitsuenak?**

Diabetesa daukan edozein pertsona.

## **3. Zein dira beren behar edota kezkek?**

Odolean daukaten glukosa neurtu behar izatea ia orduro.

## **4. Jende guztiari, masen merkatuari ala merkatu-nitxo oso zehatz bati zuzentzen gara?**

Jende guztiari, diabeteaz gain odolean dauden beste gaixotasunak kontrolatu ditzakeelako. Adb.: Anemia

## **5. Elkarri lotutako bezero-segmentu batzuk al daude?**

Bai, gaixotasun bat dutenen eta haien osasunaz kezkatuta dauden pertsonen arteko erlazioa dago.

## **6. Izan ditzakegun arazo ekonomiko eta sozio-kulturalak:**

- Hirugarren munduko herrialdeen ekonomia eskasia. Eskuratzeko eta erabiltzeko zailtasunak.

## **7. Lehiakide zuzenak eta zeharkakoak identifikatu:**

- Zein dira gure lehiakideak? Makroenpresa teknologiko guztiak. (Fitbit, Apple...)
- Zer eskaintzen dute, zer preziotan...? Gure erlojua bezalako erloju antzekoak saltzen dituzte baina ez dira gurea bezain espezifikoak, taupadak, pausoak kaloriak eta abar kalkulatzeko dituzte, baina ez odoleko konposatuak.