

# SEGMENTAZIOA

Dakigun bezala, bezeroak edozein negozio ereduaren funtsa dira; bezerorik gabe enpresa batek ezin baitu luze iraun. Hori dela eta, beraien beharren eta arazoen antzekotasuna kontuan hartuz, hau da, bezeroen segmentazioaren arabera, merkatu jakin baterantz bideratuko gure gure ideia.

Balio proposamenean esan den bezala, produktu mota bat baino gehiago eskainiko genituzke, produktu bakoitza gure egunerokotasunean egiten dugun mugimendu edo akzio bati bideratuta. Horren ondorioz, hain eremu zabala barne-hartuko luke ezen bezeroek dauzkaten makina bat arazo eta behar asetuko bailituzke.

Hori guztia dela eta, produktua, haren osotasunean, merkatu masiborantz bideratuko gure, lehen esan den bezala, eremu oso zabala barne-hartzen baitu eta enpresek dauzkaten antzeko beharrak asetzen dituelako. Honen adibideak ikastetxeak, gimnasioak edota lantegiak (eraikuntza publikoak, orokorrean) izan daitezke; izan ere, eraikin bakoitza energia bere burua hornitu dezake, era honetan, eraikuntzen gastuak murriztuko lirateke (epe luzeran).

Dena den, nahiko ideia konplexua denez geroztik, alde aurretik badakigu hasierako momentuak nahiko zailak izan daitezkeela; horren ondorioz, merkatuaren mugak pixkanaka-pixkanaka zabalduz joango ginateke.

Hala ere, lehen esan den bezala, gure ideia hainbat produktuak barne hartzen ditu; hori dela eta, nahiz eta haren osotasunean merkatu masibo baterantz bideratuta egon, produktu bakoitza merkatu nitxo baterantz bideratuta egongo litzateke; izan ere, produktu bakoitza behar edo akzio jakin eta konkretu bat betetzen du (atearen mekanismoaren kasua, adibidez).