

2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Dakigunez, merkatuaren segmentazioa marka batek aurrera eramateko estrategia bat da marketin arloan. Gure produktua merkaturatzeko ezaugarri bereziak edo bertsio desberdin bat izan behar da eta merkatu-segmentu deritzon kontzumentzaile talde bati zuzenduta egon behar da, etekin gehiago lortzeko. Nahiz eta gazteek eta helduek interes eta ohitura ezberdinak dituzten, ase dezakegu bien beharrak. Horregatik gure motxila gazteentzat eta helduentzat egitea pentsatu dugu. Motxilak gehienbat gaztetan erabiltzen dira, baina helduek ere behar dute haien gauzak leku seguru batean gordetzeko beharra.

Gure kasuan, Euskadin merkaturatuko dugu produktua, aztertu dugu Araban 5 urtetik 30 urtera 70.968 pertsona daudela, Gipuzkoan berriz, 162.108 pertsona daude eta Bizkaian 322.980 daude. Beste aldetik, biztanleen jokaerak aztertzea ere komenigarria da segmentazioa egiterakoan. Horren arabera jakingo dugu gure produktua nondik bideratu behar dugun. Gazteek, produktuetan originaltasuna edota berritzaile izatea eskatzen dute eta helduek berriz, segurtasuna eta hori guretzako onuragarria da. Gainera, merkatuak teknologiarekin lotuta daude produktuen eskaera hazkunde fasean murgilduta dago eta beraz guk kaleratu nahi dugun produktuarekin bat dator.