



MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure segmentazio prozesua martxan jartzeko unean ez gara lehiakideen jardueran oinarrituko. Merkatuak benetan eskatzen duena eta merkatu horretan nork eskatzen duen aztertuko dugu. Horrez gain, segmentu horien ezaugarri espezifikoak aztertuko ditugu beraien profilak garatzeko asmotan.

Gure kasuan, segmentazioa herritar guztien merkatuari dago zuzenduta. Alde batetik nagusiak kontzientziatzea bilatzen da gure zerbitzuarekin, hauek, gazteentzako eredugarri izan daitezten. Etorkizunera begira gizarte hobea edukitzeko. Bestalde, edadetuak motibatzeke modu bat da, hauek birziklatzea lortuko dugu.

Merkatua segmentatzeko orduan ezaugarri batzuk kontuan hartzea eta oinarri batzuei jarraitzea ezinbestekoa zaigu. Gure produktu berria kaleratzeko orduan jadanik enpresa bezala finkatuko dugu gure merkatua, herritar guztien merkatuan oinarritzen dena.

1. MERKATUA SEGMENTATZEKO ERABILIKO DIREN EZAUGARRIAK HONAKO HAUEK IZANGO DIRA:

Lehenik eta behin ezaugarri demografikoak hartu behar ditugu kontuan. Gure kasuan, produktua Euskadin merkaturatzeko ideia dugunez Euskadiko ezaugarri demografikoak aztertu behar ditugu. Herrien tamaina ere kontuan hartu behar dugu, herri txikietan gutxienez edukiontzi bat jarri beharko da eta hortik aurrera, tamainaren arabera 5000 biztanleko makina bat jarriko da. Era berean probintzia ezberdinak har ditzakegu eta horietan zabor gehien metatzen diren eremuak alderatuko ditugu.

Lehenago esan dugun bezala, gure produktua Euskadin salduko dugu, beraz Euskadiko herriko udaletxeetan salduko dugu. Gipuzkoa, Bizkaia eta Arabako biztanleen azterketa egingo dugu, gure produktua biztanleria guztiari dagoelako zuzenduta. Produktuaren inguruko hitzaldiak emango ditugu eskoletan, ikasleei zein gurasoei, zahar egoitzetan eta baita udaletxean ere.



2. KONTSUMITZAILEEN PERFILA

Gure produktua Euskadiko biztanleriari egongo da bideratuta. Hauen ezaugarriak behatu ostean hainbat ondoriotara iritsi gara:

Jendeak birziklatzeko motibazioa behar du, hortik plastikoen truke dirua ematea. Birziklatzean, kaletan pilatzen den zaborra gutxitu egingo da, kutsadura murriztuz eta gainera ekonomia sustatuz. Hau kontuan izanda gure bezeroei, udaletxeei, gure produktua aurkeztuko diegu, abantailak erakutsiz.

3. KOKAPENA

Segmentazioa garatu ostean garrantzitsua da kokapena finkatzea. Kokapena da gure lehiakideekiko kontsumitzaileen buruetan dugun tokia. Kokapen ona izateko komenigarria da gure produktuak ezaugarri lehiakorak izatea. Abantaila lortzeko kalitatea eta zerbitzu onak bermatu behar ditugu.

Bezeroen onarpena lortzeko segurtasuna eta iraupena ere landu behar dira. Segurtasun aldetik, biztanleria guztiarentzat izango da segurua, bai haur eta bai edadetuentzat. Iraupenaren aldetik, gure ontziak kaleko zaborrontziak beste iraungo dute.