

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure xede-publikoa **mugikortasun murriztua duten pertsonak** izango dira. Azken finean, mugitzerako orduan segurtasun eta lasaitasun gehiago nahiz laguntza eskaintzen dugu; hortaz, hauek ez dituzten pertsonak behar ditugu.

Gure makilak eros ditzaketan pertsonak **bi taldetan** sailka ditzakegu:

AGUREAK

Gehienak izango dira, eta makila behar izateko bi egoera gerta daitezke:

- Mugikortasun arazoak edota zailtasun handiak dituzten agureak izatea; beraz, laguntza behar izango dute bai ala bai eta makila beharrezkoa izango da.
- Ez dute mugikortasun murrizketa handirik; hala ere, seguruago sentitzearren edota istripuen beldurra kentzearren makila behar dute.



BESTE ADINETAKO PERTSONAK

Gutxiago izango dira eta berriro ere bi taldetan bereiz ditzakegu, baina kasu guztietan makila behar dute:

- Jaiotzetik mugikortasun arazoak izan dituztenak.
- Istripu handi baten ondorioz mugikortasuna galdu dutenak.

Bezero bakoitzak, printzipioz, makila bakarria erosiko du; hortaz, erosketarekin **pozik egotea eta** enpresarekin **kontaktuan jarraitzea lortu behar dugu**. Makila behar badute seguruenik makila behar duten pertsona gehiago ezagutuko dituzte, eta makilarekin pozik baldin badaude haiei **gomendatuko** diete; beraz, **bezero gehiago** lortuko genituzke. Bestalde, haiekin **elkarri eragingo** dugu zozketen, e-mailen, postaren, deien... bidez, horrela lortuko dugu enpresarekin pozik egotea (beste bezero potentzialei **kontaktzea** gerta liteke), makila bermetik at apurtzekotan enpresa gogoratzeagatik **beste bat erostea** eta **nobedadeen berri** izatea (agian hauek **erosiko dituzte**).

Hau guztia kontuan izanda gure merkatua **merkatu-nitxoa** da:



→ Ez dugu **publiko** oso handi bat; izan ere, pertsona gehienek ez dute mugikortasun zailtasunik. Hala ere, jadanik azaldu dugunez, **ez dira agureak soilik**.

→ Gure **bezero potentzialak** pertsona **zehatzak** dira: bezero gehienek ezaugarriak antzekoak dira, bakarrik aldatzen da adina.

→ Ez daude antzeko produktu askorik; izan ere, beste makila berezi bat badago ere, ez ditu gurea beste xehetasunik (deia egiteko modu anitzak, bateria hain luzea, oinarri hobea...).

→ Merkatu honetan **balorezko proposamena, kanalak** eta **bezeroarekiko harremanak garrantzia handia** dute.

→ Produktua **pertsonaliza** daiteke neurri batean: **kolorea** aukera daiteke (beltza, zuria, grisa, morea, berdea eta urdin iluna), **osagarriak gehi** daitezke, **altuera** doi daiteke etab.



→ Berezitasunak (bateria, esku-argia... -guztiak makilara zuzenduta daude-) saltzeagatik ere, **bakarrik produktu bat eskaintzen** dugu (makila).

→ **Etekinak** lortzeko bidea **salmentak** izango dira, bezeroek eginda; hau da, ez dugu behar ez beste bitartekaririk ez publizitatezko finantzaketarik.

