

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

PAM enpresa gure bezeroen beharretan zentratuko da, eta horretarako gure bezeroak zeintzuk izango diren jakin beharko dugu.

Beraz, guk **merkatu masiboan** zentratuta gara, hau da, **antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia**. Guk azkenean ogia saltzen dugulako eta egia da jendearen artean pixka bat aldatu daitezkeela beharrak baina gutxi gora behera berdina izango dira, orduan merkatuaren segmentazioaren irizpideei erreparatuz hau ondorioztatu dugu:

- **Edozein adineko jendea**, hau aitona bat zein gazte bat erabil dezakeelako eta biei beraien behar edo arazoa konponduko zaie.
- **Neskak edo mutilak erabil eta kontsumitu dezakete gure ogia.**
- (...)

Hala ere, lehen aipatu dugun bezala irizpide batzuk ere desberdinak izan daitezke (baina gutxi gora behera berdina izango dira):

- Ogia erosterakoan, jendeak batzuetan ogi integrala edo **beste motatako ogiak** nahi izaten dituzte, beraz haiei ere beraien beharrak asetuko dizkiegu.
- Eta gure bezeroak zeintzuk diren esaterakoan **Donostiako jendea** izango da.

Ondorioz, ikusi dugunez gure bezeroei **janariaren beharra** asetuko zaie.