

Merkatuaren segmentazioa

Gure merkatuaren segmentazio mota (bezeroen arabera) honako hau izango da:

- Plataforma edota merkatu aldeaniztunak

Merkatu horien oinarria ezberdina da baina bata bestearen mendekoak diren erabiltzaile-segmentuak negozio-eredu beraren epean lotzea.

Gure proiektuan bi bezero mota edukiko ditugu:

Alde batetik, babesleak (supermerkatuak eta jatetxeak, gure aplikazioan azalduko diren iragarki edo gomendioengatik ordainduko digutenak).

Eta bestetik, aplikazioaren erabiltzaileak (eskaintzen dugun zerbitzua jasoko dutenak: elikadura egoki eta pertsonalizatu baten bila dauden pertsonak).

Kolektibo hauen **ezaugarriak**:

Babesleak:

- Tamaina handiko enpresak: supermerkatuak (gure zonaldean aurkitzen direnak: Lidl, Carrefour, Eroski eta Mercadona adibidez). Gainera, supermerkatu hauen denda bakoitzean zein den eskaintza espezifikatuko dugu, batzuetan produktu batzuk ez direlako denda guztietan egoten, hauen tamainaren arabera.
- Zonaldeko jatetxeak: Euskadin aurkitzen direnak. Hiri edo herri handitakoko jatetxeak agertuko dira aplikazioan.

Aplikazioaren erabiltzaileak:

- Mugikorrek egunerokotasunean erabiltzen duten pertsonak izan behar dira.
- Gehien bat jateko orduan berezitasunak dituzten pertsonentzako zuzenduta egongo da, hauentzat beraien dietara egokitzen diren elikagaiak aurkitzea prozesu zaila izan baitaiteke.