

Enpresaren bezero eta merkatuaren ezaugarriak aztertu ondoren, posible da enpresak definitutako marketin politika bakarra egokia ez izatea kontsumitzaile guztientzat. Horren harira, bezeroak talde homogeen desberdinetan sailkatzen saiatuko da enpresa. Horrela, Talde horietako(segmentuak) bakoitzari marketin ekintza egokiak zuzenduko ahalko dizkio enpresak.

Beraz, merkatuaren segmentazioa, merkatua ezaugarri antzekoak dituzten taldeetan banatzearen prozesua da.

Segmentazio hau, irizpide desberdinen arabera egin daiteke: **DEMOGRAFIKOA**( pertsonen adina, generoa, egoera zibila..) **GEOGRAFIKOA** ( eskualde, herriaren tamaina, klima..) **SOZIOLOGIKOA** ( lanbide, hezkuntza errenta maila..) eta **PSIKOGRAFIKOA** ( nortasuna, bizi-estiloa, baloreak...)

Azkenik, merkatuaren segmentazioaren arabera, enpresak bere estrategia definitu beharko du. Hiru estrategia daude: EZ-BEREZITUA, BEREZITUA ETA KONTZENTRATUA.

Gure enpresaren balizko bezeroak adin eta sexu desberdineko pertsonak izango dira. Hasteko, kanalean egingo diren kirol edo aktibitateak banaka nahiz taldeka egin ahalko dira. Kirola egiterako orduan pertsona kopururaen arabera talde desberdinetan sailkatuko dira, hau da, segmentu desberdinetan. Banaka aritu nahi direnak piraguetan ibili beharko dute, eta hidrospeed izeneko kirol berri batean aritu beharko dira. Taldeetan aritzeko asmoa dutenek berriz piragua eta hidrospeedaren aukera izateaz gain, rafting egiteko aukera ere izango dute. Hau, beti monitore baten laguntzarekin egingo da, pisu handia baitu lantxak eta eta nahiko zaila baita manejatzen. Kasu honetan kontuan hartuko diren irizpideen arabera, segmentazio demografikoa erabiliko da.

Bigarrenik, garrantzitsua da bezeroei jakinaraztea kanala honetan egingo diren kirol eta aktibitateak ez direla errezak, eta beraz bertara joateko esperientzia eta teknika minimo bat behar dela. Horrela, teknika eta esperientzia nahikoa ez duten horiek ezingo dute parte hartu. Kanalaren barruan egiten diren ariketak ere zailtasun maila desberdinekoak dira. Teknika aldetik gutxien prestatuak daudenek rafting egin beharko dute, monitore baten laguntza baitago eta berak kontrolatzen baitu gehiena. Prestakuntza hobea duten horiek bi aukera nagusi izango dituzte. Alde batetik, batzuk piraguekin ibiliko dira kanala jeisten, eta nahi izanez gero, bertan konpetizioak egiteko aukera izango dute. Beste alde batetik, beste batzuk hidrospeed egiteko aukera izango dute. Hau banaka egin beharko dute, eta kontu handia izatea eskatuko zaie, oso kirol interesgarria izan arren, bere arriskua baitu. Hauetan noizbehinka ere monitoreak egongo dira, inorri ezer ere ez gertatzeko.

Azkenik, kanal honetako kirol desberdinetan parte hartzeko prezioa ez da oso altua izango. Badakigu gaur egun uretako kirolak arrakasta handia dutela, eta gipuzkoan oraindik horrelako kanalik ez dagoela, eta Euskal Herriaan ere oso gutxi daudela, eta beraz uste dugu prezio baxua jarri arren nahikoa etekin lortzeko gai izango garela. Ekonomikoki laguntza ematen badugu, maila sozial guztietako bezeroak izango ditugu eta txiro batzuek ere etortzeko aukera izango dute. Kasu honetan, segmentazio soziologikoa hartu dugu kontuan, errenta- maila.

Segmentazioa kontutan hartuta, estrategia berezitua erabili dugu, hau da, gehiengoari zuzenduko gara, baina perstonek artean taldeak egiten saiatuko gara aurretik aipaturiko irizpideen arabera, eta bakoitzari akt+ibitate desberdinak aurkeztuko dizkiegu.