

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Segmentazioari dagokionez, gure produktua edozeinek eros dezake, baina guk uste dugu errendimendu gehiago atera diezaiekeela talde hauek, adibidez: erakusleihen handia duten dendak, familia ugariak, fabrikak, enpresak, beira handia duten eraikuntzak, ...

Teknologia berriek eskaintzen duten eroslearenganako gertutasunaz oinarrituta, produktua erabat pertsonalizatu daiteke, bezeroaren beharrak asetzeko.

Segmentazio irizpide ezberdinak kontutan hartuta, gure produktua honela sailkatzea espero dugu:

Segmentazio demografikoa:

Pertsona elduei zuzenduta dago, hau da, eraikin baten arduradunei. Gure produktua erosterako garaian, ez dugu eroslearen egoera zibila kontutan hartzen.

Segmentu geografikoa:

Nahiz eta mundu osora saltzeko asmoa dugun, pertsonalki uste dugu gure Cleanwinrob-a klima heze eta euritsu eta kostako herri, hiriak gehiago erabiliko dutela.

Segmentazio soziologikoa:

Makina hau erabiltzeko ez da inolako ezagutzarik behar automatikoa baita. Aipatzekoa da, produktu berria izanik ez dela merkea, hori dela eta errenta maila erdi altukoek erosiko dutela pentsatzen dugu.

Segmentazio psikografikoa:

Pertsonen ezaugarri psikografikoak kontuan hartuta, jende aurreratua, erosotasunaren bila doazenak, robotika mundua gustuko dutenak, elementu berriak probatzea gustuko dutenak... izango direla gure haserako bezeroak pentsatzen dugu.