

MERKATU SEGMENTAZIOA



Ekaitz Salaberria
Izar Susperregi
Irati Ugalde
Mikel Moriana

Gure enpresa sortzerakoan gizarte guztiarentzat lagungarria izango zen produktu berritzaile bat eskaini nahi genuen, horregatik hiritar guztiei egokitzen zaien produktu bat sortu dugu.

ekoiztuko dugun produktua motxila bat da, baina ez da betiko motxila tradizionala. Gure kasuan, motxilak berrikuntza batzuk ditu: entzungailu inkorporatuak ditu bluetootharekin, txanoa eta masajeak emateko aparatua. Horrela, pisua errazago eramango du kontsumitzaileak. Horretaz gainera, askoz ere erosoagoa da eta bizkarreko minak saihesteko balio du.

Merkatu motak aztertzerakoan konturatu gara merkatu mota asko daudela; merkatu masiboa, nitxoa, segmentatutako merkatua, dibertsifikatutako merkatua, plataforma edo merkatu aldeaniztunak... Horien ezaugarriak ezagutu eta aztertuz, gure produktua horietako batean kokatzen saiatu gara.

Berrikuntzak eduki arren, produktu komun bat izaten jarraitzen du, beraz, bezero mota guztietara zuzenduko dugu gure motxila. Hau da, merkatu masibo batera zuzenduko gara. Gainera, pertsonalizatzeko aukera ematen dugu, eta horregatik bai haurrek eta bai helduek erabiltzeko aukera izango dute. Hori gutxi balitz, tamaina ezberdinetako motxilak sortuko genituzke, pertsona bakoitzak bere bizkarrera egokitzeko. Pertsonalizazioa eskainiz bezero "sibaritenerantz" iritsiko gara eta horregatik merkatuaren barnean estatus maila handiagoa edukiko du gure produktuak, bezero eksklusiboek gure produktua aukeratzen dutelako.

Merkatu masiboa, antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia da. Bai balorezko proposamenak, bai banaketa kanalak, eta bai bezeroarekiko harremanak talde handi eta bakar batean oinarrituta daude, zeinak antzeko beharrianak eta arazoak dituen. Hala ere, egungo gizartea aztertuta, uste dugu gazteek gehiago erosiko dituztela, egunerokoan motxila gehiago erabiltzen dituztelako, bai ikastolara joateko, bai entrenatzera joateko eta bai lagunekin ateratzeko.

Hori kontuan hartuta, gazteei egokitutako motxila gehiago eskaini eta diseinatuko ditugu, hau da, ikastolako liburuak, ordenagailu eramangarriak eta beharrezko materialak eramateko prestatuago egongo dira. Hala ere, ez gara horretara bakarrik mugatuko, beste

bezero mota batzuk galduko genituzkeelako, eta gure motxilaren ezaugarriak guztientzako baliagarriak direla uste dugulako.

Esan bezala, gure produktua merkatu masibo batera bideratuko dugu, beraz, beste merkatu motak batzuk baztertuko ditugu. Baztertutako merkatuak bezero zehatzetara bideratuak daude edo produktu ezberdinak egitera, horregatik ez dira gure beharretara egokitzen.