

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Hainbat merkatu mota daude bezeroen segmentazioaren arabera. Guk aurkeztuko dugun produktua aterki bereziak direnez, bai balorezko proposamenak, bai banaketa kanalak, eta bai bezeroarekiko harremanak merkatu masibo batean oinarrituta daude, zeinak antzeko beharrianak eta arazoak dituen. Gure produktua aterki bat denez aterkia behar duen edozein pertsonari egongo da zuzendua, hau da berdin du pertsona horren adinak edo herrialdeak, mundu guztiak behar du aterki bat momentu jakin batean.

Ondorioz, antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia da. Argi dago hasieran ezinezkoa izango dela gure produktua mundu guztira iristea, baina pixkanaka gure aterkiak merkatu zabalago batera eramango ditugu. Hasierako bezero horiek, gertukoak, gure arrakastaren giltza izango dira, hau da, gure bezero garrantzitsuenak izango dira, horien arabera zabalduko baita gure produktua merkatura. Hau guztiarengatik, merkatuaren segmentazio motetatik, merkatu masiboa aukeratuko dugu.

Zihara Etxeberria
Kimetz Toledo
Iker Mitxelena
Eneritz Aduriz