

FOODI

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatua aztertu eta baloratu ondoren, bezeroen berezitasunak kontuan hartuta, **gazteak**, **3. adineko pertsonak** eta **beharrizan bereziko pertsonetan** zentratuko ginela erabaki genuen. Hau da mota guztietako bezeroak izango ditugu baina gazteak, nagusiak eta beharrizan bereziak dituztenei arreta gehiago eta erraztasun gehiago emango dizkiegu.

Gazteek esate baterako, ez dute denborarik erosketak egiten joateko, beraz gure enpresak lan hori egiten du haintzat. Hor ikusi genuen potentziala, gainera gaur egun gazteek teknologia asko erabiltzen dutenez, askoz errazago egingo zaie haiei interneten bidez eskaria egitea.

3. adineko jendeari gure zerbitzua oso erabilgarria egingo zaie, izan ere gehienetan pertsona hauek zailtasunak izaten dituzte poltsak eramateko orduan, oso pisutsuak izaten baitira eta hauek kolokatzeko orduan istripuak jasan dezakete. Gure enpresak poltsak eramateaz gain, janaria bere lekuan ordenatzeko aukera ere ematen du, istripuak ekidituz.

Beharrizan bereziak dituztenak, kasu askotan zailtasunak dituzte erosketak egiten joateko beraz lan hori guk geuk egiteaz gain kolokazioa ere zerbitzuaren barnean egongo da.

