

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA:

Edozein negozio-ereduaren atal nagusienetarikoa bat bezeroak dira, hauek gabe enpresa batek ez luke asko iraungo. Normalean, produktu baten bezeroak aurkitzeko ezaugarri zehatz batzuk finkatu behar dira eta horrela erosleak taldeka sailkatu.

Gure enpresan finkatu ditugun ezaugarriak hurrengoak dira: bezeroek ordenagailua erabiliko dute sarritan eta beharbada, beste hainbat pertsonekin batera lan egingo dute. Bestalde, gure bezeroak enpresak ere izan daitezke, hauek gure produktua erosiko dute haien dendetan saldu ahal izateko. Ondorioz, bi taldeetan sailkatu ditugu gure bezeroak, alde batetik bere etxeetan erabiliko dituztenak, autonomoak. Eta beste aldetik gure produktua haien dendetan salduko duten enpresak.

Ikastoletan edo udalaren hainbat bulegoetan gure produktua oso baliagarria denez, hauek ere gure produktua eros dezakete. Laburtuz, gure produktua beharrezkoa bihurtuko da edozein klase edo bulegoetan. Hala ere, edozein pertsonak eros dezake gure produktua bere etxean erabiltzeko.

Hau guztia laburbilduz gure merkatu segmentazioa hiru multzo nagusietan bereizten dira: kontsumitzaile indibiduala, bigarrena enpresa pribatua, azkenik enpresa publikoak.