

## SEGMENTAZIOA

Aurretik aipatu dugun bezala, guk sortuko dugun produktua zentzumen arazoak dituzten pertsonen gidatua egongo da. Hau da, anosmia duten pertsonen (usaimen zentzumena ez duten pertsonak) edota hiposmia duten (usaintzeko ahalmena galtzen ari diren horiek).

Gure ustez, gaur egungo gizartean zenbait zailtasun baitituzte hainbat egoeren aurrean. Adibidez, pertsona askoren kasuan, usaimen zentzumeneraren galerak dastamenarena ere galtzera eramaten ditu eta egunerokoan beharrezkoak izaten dira. Esaterako, suakalde lanetan ibiltzeko edota ke edo gasen bat larrialdi kasuetan hautemateko garain. Horregatik, arazo horiei aurre egin ahal izatea gustatuko litzaiguke.

Zentzumen arazo asko egon arren, guk usaimena aukeratu dugu. Batetik, jada beste zentzumeneren inguruan bestelako zenbait aurrerakuntza egin direlako (adibidez, ikuesmenarekin lotutakoak; daltonikoen gauzak berezko kolorean ikusteko aukera ematen duten betaurrekoak); eta bestalde, badugulako gertuko ezagun bat, honelako arazoak dituen.

Hala eta guztiz, produktua aurrera eraman baino lehenago gure bezeroei buruzko informazioa bildu dugu. Horretarako, zenbait informazio iturritz baliatu gara eta arazo hau duten pertsonen hitz egiteko aukera ere lortu dugu.

Marta Tafalla izeneko idazleari elkarrizketa bat egin ondoren, aurretik pentsatuak genituen ideiak garbiago edukitzera eraman gintuen. Idazleak bere egunerokotasunean eduki ditzakeen arazoei buruz hitz egin digu eta guk pentsatutako baino arazo gehiegio ekar ditzake anosmiak. Aurretik aipatutakoaz gainera bestelako zailtasunak edo egin ezinak azaldu dizkigu; esaterako, naturak eskaintzen dizkigun zenbit usain konparaezinak, itsasoko usaina edota basoko usain garbiaren usaina.

Guzti horrekin batera, bere esperientzia pertsonalean oinarritua dagoen liburu bat idatzi zuen *"Nunca sabrás a qué huele Bagdad"* izenekoak. Bertan, nahiz eta anosmiaz gaineko gaiak ere jorratzen diren, liburu hau idazteko ezinbestekoa izan

zuen bere ahurtzaroan anosmia agertzeak. Berak esan bezala “anosmiak gauza positiboak ere ekar ditzake”.

Behar genuen informazio guztia bildutakoan, gure bezeroei asetzeko ideian oinarritu ginen. Hots, beraien egunerokoan beste inolako pertsonak bezala usaindu ahal izatearen ideian.

Idea hori hasiera batean nahiko zaila iruditu arren, pixkanaka-pixkanaka gaiaren inguruan gehiago aztertuz, ikusi genuen produktua ez zela pentsaezina eta lanari ekin genion.