

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Ezertan hasi aurretik jakin behar dugu zer den merkatu segmentazioa marka batek aurrera daraman marketin-estrategia bat da, produktu generikoa gainditu eta merkatuan ezaugarri bereziak dituen produktuaren bertsio ezberdin bat diseinatu eta merkaturatzeari ekiten diona, **merkatu-segmentu** izeneko kontsumitzaile talde jakin bati zuzenduz



→Ikusten denez, bakarrik merkatuaren zati bati bakarrik eragiten dio.

Gure bezeroak zeliakoak jasten duten pertsonak dira, berdin da jaiotzetik edo gaztetatik hartu duten

Bezero hauen ezaugarria da glutenari jasangaitzak direla eta dirua dutela produktua erosteko, hau da, klase ertaineko bezeroak edota hortik gora.



Irizpide hauen arabera bereizten da:

- irizpide geografikoak: herrialdea, klima.
- irizpide demografikoak: adina, generoa, familiaren tamaina, lanbidea.

- irizpide psikografikoak: nortasuna, bizimodua.
- jarrerazko irizpideak: merkearen bilatzaileak, markarekiko leialtasuna.

Gauza guzti hauekin, gure enpresak, espainiako lurralde osoko pertsona guztiei eragiten die