

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Enpresa guztietan bezala bezeroak dira gure jomuga, haiek gabe ez dugu luzaroan iraungo. Horregatik aplikazio hau sortzean beraiengan jarriko dugu arreta, erosotasuna eta erraztasuna oinarri moduan edukiz.

Gure merkatuaren segmentazio mota, merkatu masiboa da. Antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia delako. Gure helburua, mugikorrek aplikazio baten bidez arropa aholkuak eta bigarren eskuko salmenta eskaintzea da; beraz, behar horiek dituztenak izango dira gure bezeroak.



Bezero potentzialak 15-35 urte bitarteko emakumeak direla pentsatzen dugu. Izan ere, gazteetan, goizean goiz eskola edo unibertsitatera joaterakoan, arropa aukeratzeak buruhauste galantak sortzen dizkigu eta gainera adin tarte hori izaten da gure fisikoari garrantzi gehien ematen dioguna. Halaber, normalean ez da diru asko edukitzen bizitzako momentu horretan eta bigarren eskuko erropa erostean aurreztu egiten duzu eta zure arropa salduz dirua irabazi dezakezu. Horretaz gain, ume txikiak edukitzen dituzten 30-35 urte inguruko emakumeek, gehienetan ez dute denbora asko; horregatik, arropa pentsatzen denbora ez pasatzeko eta erostera joaten denborarik ez galtzeko, irtenbidea ematen diegu. Baina, ez ditugu baztertzen beste adin eta sexu bateko pertsonak, guztientzako aplikazio erraza delako.

Bezereen beharrianak hobeto asetzeko, ezinbestekoa da bezeroak ezaugarri komunen arabera sailkatzea: beharrianen edo ohituren arabera, adibidez. Gure kasuan, erabiltzaile guztiek behar berdinak dituzte, arropa saldu, erosi, aholkuak jaso eta egunero arropa desberdina ez aukeratzeko beharra.