



## MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure produktua **bezero talde zabal** bati bideratuta dago, baina kontuan izan behar da, produktu hau kontsumitzeko mugikorra izatea ezinbestekoa dela. Beraz, zehatzago esanda, gazteei eta helduei bideratutako produktua ekoiztu dugu.

Bezereen beharrak asetu egiten dituen produktua ekoizten saiatu gara. Produktu egoki bat **erabilgarria eta berritzailea** izan behar da eta gure proiektuarekin lortu egiten ditugu biak.

Alde batetik, **erabilgarria** da gure eguneroko bizitzan eskura eramateko oso eroso delako eta gainera erabiltzeko beharra dugunean **eskuragarri** daukagu inolako arazorik gabe.

Bestetik, **berritzailea** da merkatuan aldaketa bat barneratzen duelako, gainera, **itxura eta erabilera propio** duen produktua ekoiztuko dugu.

Bezero taldea ondo identifikatzea ezinbestekoa da.

Irizpide demografikoen kasuan **adin guztietako bezeroak izango ditugu**, mugikorra duten guztientzat eskuragarri egongo da produktua, bai gazteentzat, bai nagusiagoentzat. Baina karkasaren diseinuan (kolorea, irudiak...) bai egiten dira aldaketak adin desberdinen gustuetara ailegatzeko. Eta berdin gertatzen da sexuaren irizpidearekin. Esaterako, kolore alai eta ilunetan banatuko ditugu bakoitzaren gustura egokitzeko. Helburua zenbat eta jende gehiago erakartzea da, horregatik karkasa desberdinak eskaintzen, erakargarriagoa izango dela uste dugu.

**Irizpide psikografikoak** kontuan hartuz, izaera eta bizitza-estiloak eragina izan dezakete produktua erostean edo ez kontsumitzeko erabakian. Batzuek ez dituzte berrikuntza teknologikoak gustuko, horregatik, betidanik erabili diren kargadoreak erabiltzea nahiago dute. Pertsonaren arabera erosoagoa izan daiteke kargadore portatila edo kabledun portatila. Bestetik ere ingurugiroarekiko jendearen kontzientziazio mailak eragingo du salmentetan.



