

SEGMENTAZIOA:

Guk eskaintzen dugun produktua banbu karkasak dira. Produktu hauen erosleak boligrafoak saltzen dituzten enpresak izango dira. Hauek izatea erabaki dugu hurrengo arrazoiengatik:

- Alde batetik, enpresa handiek jadanik haien bezeroak dituztelako eta horrek bezeroekiko harremanak hasieratik ez egitea suposatzen du.
- Beste aldetik, enpresei gure produktua saltzean plastikoaren murrizketa askoz handiagoa izango da eta horrek gure xedearekin bat egiten du.



Zehaztu dugun segmentazio merkatua-hobeto ulertzeko adibide bat jarriko dugu. BIC enpresa boligrafoak saltzen dituen enpresa handienetariko bat da. Kasu hipotetiko batean enpresa horri gure produktua saltzen badiogu, plastikoaren murrizketa eta bezero maila handia izango lirateke.

Estatu Batuetan 1.600 miloi boligrafo erabiltzen dira urtero. Logikoa denez, horrek plastiko kantitate handia dakar. Boligrafoen enpresa handiek banbu erabiltzen hasten badira plastiko beharrea, eredu moduan jardungo zuten enpresaren munduan. Modu horretan, sektore honetan lan egiten duten beste enpresak gure ingurumenerako mugimendura batuko lirateke.



Kontuan izanda aurreko informazio guztia, gure produktuaren segmentazioa merkatu espezializatua da bakarrik boligrafoak ekoizten dituzten enpresak baitira gure bezeroak. Hori dela eta, bezero gehiago izateko aukera dugu. Gainera gure produktua edonork erabiltzen eta behar duenez, ez dago adin arazorik.

