

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Argi eta garbi, proiektu hau aurrera eramatea adostu baldinba genuen arrazoi batengatik izan zen: Donostiako hiritarrek gure laguntza behar zuten beraien egunerokotasunean. Gure bezeroek aparkalekuaren bila doazten gehienetan arazoak dituztela ondorioztatu genuen. Arrazoi horregatik sortu zan gure zerbitzua.

Gure enpresak eskaintzen duen zerbitzua kotxea edo motorra erabiltzen duen edozeini zuzentzen zaio. Horregatik, merkatuaren segmentazioa ez da oso zabala izango. Segmentazio demografiko irizpidea erabili dezakegu; azken finean, 15 urte beherako inorrek ezingo bait du gure aplikazioa erabili (motorren kasuan) eta 18 urtekoa (kotxeen kasuan).

Hala ere, kotxeen eta motorren segmentazioa batera joango da. Donostiako hiritar ia gehienek kotxea zein motorra dute eta bien erabilera egin dezakete momenturen batean. Gainera, biei eskaini nahi diegun zerbitzua ia berdina da. Ondorioz, ez da bereizketa bat egongo kotxeen eta motorren segmentazioarekin.

Gure bezeroek gehien baloratuko dutena gure zerbitzuaren originaltasuna. Hau da, merkatuan momentu honetan ez dago parekoa den beste edozer, parking-ak izan ezik. Horregatik, pixkanaka Donostiako hiritarrak gure zerbitzua erabiltzen hasiko direla. Ondorio gisa, aplikazioak egunerokotasunean erraztasuna eta erosotasuna eskainiko die bezeroei.