

MERKATUEN SEGMENTAZIOA

Edozeinek erabili du ate bat bere bizitzan zehar, izan ere alde guztietan daude. Hau ikusita merkatu handia duela ikusi dugu. Gu etxebizitzetako ateeetan espezializatuko gara, orduan, gure bezero potentzialak etxebizitza bat bilatzen dutenak nahiz jada etxebizitza bat duten guztiak dira. Gure eskaintza edozein adin, egoera ekonomiko edo herrialdeko pertsoneri dago zuzenduta. Gainera, beste enpresekin aliantzak egiteko asmoa dugu, hau da, etxeak egiten dituen enpresa batekin edo alarma enpresa batekin... produktua azkarrago zabaltzeko eta ezaguna bihurtzeko.

Produktu hau segurtasunari garrantzia ematen dioten pertsonentzako da, non beraien ohiko atearekin ez daude konforme eta zerbait gehiago bilatzen duten, gure produktuak lasaitasuna ematen dio gure bezeroari.

Gure bezeroak ez dira gehiago larrituko etxe lapurketez, eta ohiko bizitzarekin lasaitasunez jarraitu ahalko dute.



Gure proiektua aurrera eramateko eta erraz zabaltzeko beste enpresa batzuekin erlazionatuko gara. Hau da gure atearak pasiboki salduko dira bai etxebizitzak eraikitzen dituen enpresa batekin, edota etxebizitzetako seguru batekin. Adibidez, bloke berri bat egiten dutenean, etxe bizitzetako atearak "imanman" atearak izango ziren. Edota, familia bat etxe berri batera aldatzen bada, etxe-seguru on bat nahi

izaten dute, honekin batera gure atea salduko genuke. Hortaz, beste erlazio klabe bat alarma edo etxe seguritatearekin zerikusia duten enprekin izango zen, adibidez, “securitas direct” edo horrelako batekin. Gure atea beraien produktuekin lotu genezake, hau da, atea alarmara konektatua egotea eta edozein lapurreta saiakera salatuko luke momentuan, horrela bien itsura eta produktua fidagarriagoa izango zen. Aldi berean, bazkide posible bat etxebizitza eraikitzen dituen enpresa izango zen. Adibidez, segurtasun “plus” hori ona izango zen propaganda egiteko orduan beraien inplikazioa ikusteko segurtasun mailan, aldi berean, hiriko biolentziari aurka egingo zion, haien atea besteengandik desberdintzen