

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Garai honetan gehien kezkatzen gaituen aferak aldaketa klimatikoa da, baina, dirudienez, enpresa handiei ez die kezkatzen. Adibidez, Coca-Cola, Pepsi, Nestlé, Danone, Johnson & Johnson, Kraft Heinz, Mars, Mondelez, Procter & Gamble eta Unilever bezalako enpresei Green Peace erakundeak plastikoen kontsumoaren inguruko galdetegi bat egin eta gero, emaitzak kezkarriak izan dira. Kezkarriak, duten ardura falta eta gizarte erantzukizun eskasagatik. Plastikoen kontsumoaren murrizketari uko egin eta bere ekoizpena handituko dutela adierazi dute.

Hori dela eta, mota hauetako enpresak izango dira gure bezero nagusienak, hau da, ingurugiroan eragin negatibo handiak sorrazten dituzten enpresak, beraien eremu geografikoa edozein dela ere.

Hasiera batean, Eroski eta Euskaltel bezalako enpresekin kontaktuan jartzea dugu helburu, baina ondoren, nazioarteko beste enpresatara joko dugu. Lehenik eta behin, bi enpresa horiek aukeratu ditugu #PorElClima komunitatean parte hartu baitzuten eta beraien onarpena positiboa izango dela uste dugulako. Beste hainbat enpresa bazeuden sartuta mugimendu horretan, baina pentsatu dugu gure enpresen helburuetan interes gehien izango dutena haiek dira. Badakigu momentu honetan aldaketa klimatikoa kezkarria dela eta enpresa asko sortuko direla horren kontra. Hala ere, pentsatzen dugu gure enpresak ezaugarri berezi batzuk izan ahal dituela beste enpresetatik bereizteko. Horregatik ohore bat izango litzateke Eroski-k eta Euskaltel-ek gu aukeratzea.

Dena den, ez gara soilik eragin negatibo handia izango duten enpresetan zentratuko. Izan ere, aldaketa klimatikoa ekiditeko zerbait egin nahi duten edozein enpresei eskeiniko diegu gure zerbitzua. Beraz, talde zabal bati zuzendutako enpresa izango gara, bezero zehatz bakoitzari moldatutako zerbitzuak eskeiniz.