

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure produktua edozein euskal-kirol, hala nola, trainerak, zesta-punta eta eskupilota, ikustea gustuko eta informazioa jakin nahi duten pertsonentzat zuzenduta dago. Gainera, adin nagusitasuna duten pertsonak apostuak egin ahal izateko atala izango dute.

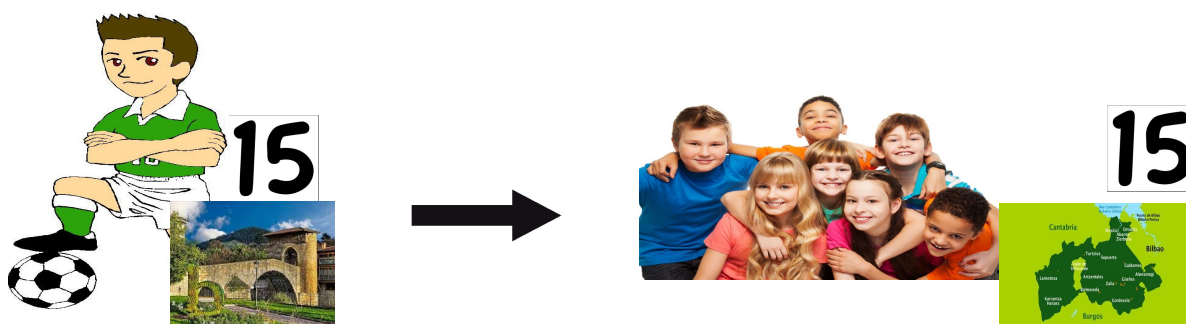
Gure bezeroak honako ezaugarriak dituzte:

Lehenik eta behin, kirolzaleak izan behar dira eta kirolari buruzko informazioa jakin nahi behar izan dute, izan ere, gure web orrian kirolei buruzko informazioa emango dugu eta informazioa lortuz gero, apostuak egiteko aukera emango dugu dirua irabazi ahal izateko. Bigarrenik, apostuak egin nahi dutenak nagusiak izan behar dira, nagusia izan gabe ilegala delako apostatzea. Horrez gain, dirua izan behar dute, dirua edukiko ez balute, ezin izango lukete apostuak egitea.



Bezeroak edozein negozio-ereduaren funtsa dira, haiek gabe enpresak ez du luzaro iraungo eta beraz, bezeroen segmentazioa oso garrantzitsua da. Gure xede-bezeroak, euskal edozein kirol gustuko duen edozein pertsona, talde edo kirolari izan daitezke. Bezero horiek hainbat ezaugarri komun dituzte, izan ere, guztiek euskal kirola gustuko dute, eta euskal kirolak sustatu nahi dute. Bestalde, kirolaren mundua hain zabala denez, merkatu segmentazioa nitxo osatutakoa izango da. Pertsona bakoitza aplikazioan sartu bezain laster, gustuko dituen kirolak hautatuko ditu eta zuzenean, segmentu batean sartuko da. (Erabiltzaile batek segmentuz alda daiteke, edozein beste kirol hautatzen duenean).

Adibidez: Erabiltzaile bat Balmasedakoa izanda, futbola gustuko duena eta 15 urte dituen, aplikazioan bere datuak sartu bezain laster (bizilekua, gustuko kirola eta adina), kasu honetan Balmaseda (edo inguruko herriak, kasu honetan Enkarterri eskualdea), futbola eta 15 urte, profil berdina duten beste hainbat pertsonekin kontaktuan jarriko da, aplikazioaren barruan "chat" bat sortuz eta beraz harremanetan egoteko aukera izango duelarik. Horrekin, kirol baten inguruan komunitate sendo bat osatzea lortuko da.



Adibidean ikusitako kontuan hartuta, lortuko nahiko genukeena da, gure merkatua azpi taldeetan banatzea eta horrela, euskal kirola guztiz banatua egongo lirateke eta errazagoa izango litzateke profil bera duten pertsonen abantaila komunak ematea, haien egoeraren arabera.

Adibidez: Enkarterrietan komuna ez den kirol bat aukeratuko dugu, hala nola, trainerak. Baina hori horrela bada ere, kirol hori gustuko duten pertsonak daude. Beraz, pertsona horiei (izenpetuak egongo balira, noski) trainera ekitaldi bat ospatzen den egunean, autobus edo bestelako zerbitzuak eskaini genieke, gida ez dezaten eta ekitaldia osotasunean ospa dezaten.

Kalean inkesta bat eginez, hauek dira lortutako datuak:

Aplikazio hau gazteen artean ospe handia edukiko du, izan ere, eguneratuak egoteko, harreman berriak egiteko eta diru erreza lortzeko aukera ezin hobea delako.

Galdetutako 30-70 urteko pertsonen gehienek esan digute, aplikazioa haien seme/alaba/biloba berri izateko erabiliko luketeela.

0-10 eta 80 aurrerako pertsonen artean, aplikazioa ospea galtzen du, izan ere, pertsona txikiak zein adineko pertsonak zailtasunak izaten dituzte aplikazioak erabiltzerako orduan eta beraz, gure merkatuan adin tarte horretan egongo litzateke muga.