

JINER PROIEKTUA

(MERKATUREN SEGMENTAZIOA)

Marketinean, segmentazioa merkatua zenbait segmentu edo atal homogeneotan zatitzea da, haietan merkaturatze-erabaki ezberdinak hartzeko asmoz, segmentu horietako helburuzko publikoei produktu, zerbitzu eta marketin-mix bereziak eskainiz. Merkatuan sortzen den atal berezi horietako bakoitzari segmentu deritzo. Adibidez, haurrek eta helduek jogurrei buruz gusto ezberdinak dituztela irizten bada, segmentazioa bi adin-talde edo segmentu horiei produktu ezberdinak eskaintzea litzateke. Produktu generiko bat era berezian eskaintzen denean, sektoreko enpresak lehia monopolistan daudela esaten da.

Merkatuan bezero-talde ezberdinak bereizi eta horientzat produktu berezia eskaintzen zaienean, merkatu-segmentazioa egiten dela esaten da; adibidez, haurrentzat eta helduentzat produktu ezberdinak eskaintzen direnean.

Produktu-segmentazioa bezero-talde jakinik bereizi gabe, produktu baten bertsio edo aldaera ezberdinak merkaturatzea da, aldaera horien ezaugarri bereziek bezeroen uneko beharrak hobeto asetuko direlakoan; adibidez, esne osoaren eta esne gaingabetuaren arteko bereizketa produktu-segmentazioa da.

Merkatu segmentuan kontutan hartu beharko ditugun zenbait irizpide:

- Irizpide geografikoak (herrialdea)
- Irizpide demografikoak (adina, familien tamaina, lanbidea)
- Irizpide psikografikoak (nortasuna eta bizimodua)
- Jarrerazko irizpideak (merkearen bilartzaileak eta markarekiko lehialtasuna)

Diseinatutako orga hau adineko pertsoneri zuzenduta dago batez ere, hauek baitira zailtasun handienak dituztenak erosketak egiterakoan. Adin talde honek, zailtasun ugari ditu erosketak egiterakoan produktuen deskontuak jakiteko; gainera, produktuak bilatzeko denbora asko ematen dute, eta organ egongo den mapari esker arinago aurkituko dituzte esfortzu gutxiago eginez.

Hala ere, adineko pertsonak ez direnentzat ere oso baliogarria izan daiteke. Adinekoek dituzten abantailak ez ezik, adin-talde hauek teknologiarekin harremana handiagoa dutenez, erosketak azkarrago egingo ahal dituzte.

Informazio hau jakinda, ezingo genuke bezero-segmentu bat bereiztea, esan dugun moduan erosle guztientzat zuzenduta dagoelako.

