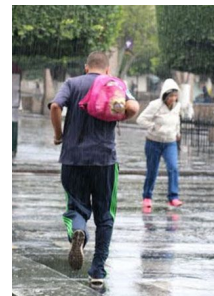


## MERKATUEN SEGMENTAZIOA:

Hasteko, gure enpresak eskaintzen duen produktua ez da bezero jakin bati zuzenduta egongo; ohitura, adin, kultura etb. **desberdinetako bezeroei** baizik. Hortaz, esan dezakegu, gure enpresak izango duen negozio-eredua edo merkatu mota masiboa merkatua da, estrategia desberdinak, bezero mota desberdinak (umeak, gazteak, langileak, diseinua desberdina, egokitutako produktua da) izango dela, hau da, **antzerako beharrak eta arazoak** dituzten kontsumitzaileen komunitate handi bat.



Bestalde, sortutako aterki honen erosleak aterkia deserosoa egiten zaienak izango dira zehazki. Izan ere, hauek ez dute nahi izaten deserosotasunik eraman ganean, hori dela eta, nahiago izaten dute euritan busti aterkia beraiekin eraman baino. Gure aterkia txikiagoa eta pisu gutxikoa izanik, guztiz erabilgarria izango da. Gainera, eroso izango da leku batetik bestera eramateko mundu guztiarentzat eta baita poltsan edo poltsikoan bertan gordetzeko.

Gehiago zehaztuz, gure bezeriaren profila eta horiek izango dituzte ohitura eta beharriak hauexek dira:

- Gure produktua zonalde euritsu, heze eta eguraldia egunean zehar aldi oro aldatzen denean saldu beharko da. Hau da, bertako biztanleei zuzenduta egongo da.
- Gaur egun jende askok eguna etxetik kanpo igarotzen duela ikusita, oso erabilgarria izango da gure aterkia mota horretako bizimodua duen jendearentzat. Horien artean langileak, gazteak edota kirolariak aipatu ditzakegu.
- Ingurumenarekin konpromezua izan beharko du gure bezeroak, gure produktua nagusiki baliabide ekologikoetatik gauzaturia izango baita. Prest egon beharko da horrek dakarren aparteko kostua ordaintzeko.

