

## MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure bezero edo bezeroak guztiz definituta ditugu. Izan ere, haiek dira gure negozio edo proiektuaren jomugak. Gure enpresak argi eta garbi du merkatuaren zein segmentutara zuzendu nahi duen eta zeintzuk utziko dituen alde batera. Horretarako, bezeroen beharrianak hobeto asetzeko, ezaugarri komun batzuk hautatu ditugu:

- **Lanarekin lotutako arazoak dituztenak**
- **Pandemiak eragindako arazo psikologikoak dituztenak**
- **Aholkularitza zerbitzuen premia dutenak (abokatu, administraritza...)**

Hiru ezaugarri huen baitan aukeratuko ditugu gure bezeroak orokorrean.

Baina egoera bakoitzaren analisi bat egingo genuke edonola ere.

### • Zein da gure bezeroa?

Gure bezeroek, orokorrean aurretik aipatutako bi ezaugarriak izan behar dituzte. Bizi dugun pandemia egoera dela eta, merkatuan guk eskeiniko dugun zerbitzuaren premia dagoela uste dugu. Izan ere, baliabidez beteriko mundu globalizatu batean bizi garen arren, arazo finantziario eta juridikoei, baina batez ere **psikologikoei** garrantzia nahikoa ematen ez zaiela uste dugu. Horregatik, **honakoei irtenbidea emateko sortuko dugu zerbitzua**. Horrela, gure bezeroek, funtsean, ez daukate perfil zehatz bat baina ezaugarri zehatz bat izatea ezinbestekoa dela uste dugu:

**Gure bezeroek PANDEMIA/KONFINAMENDUAK eragindako arazoak izatea ezinbestekoa da.**

### • Zein dira bezero horien ezaugarriak?

Funtsean, gure bezeroek honako ezaugarriak izan behar dituzte:

- 18 urtetik gorakoak soilik izango dira.
- Konfinamenduaren ondorioz laguntza psikologikoa behar dutenak.
- Konfinamenduak eragindako arazo baten aurrean lan arazoak dituztenak. Edo gai horrekin lotutako arazoak dituztenak.
- Aholkularitza finantzarioa edo juridikoa behar duten pertsonak.

