

Merkatuaren segmentazioa

Hainbat segmentu desberdinetan banatzen da gure merkaturaren bezeroen beharrak, ezaugarriak eta portaerak kontuan hartuta. Honen arabera, marketing teknika desberdinak erabiliko ditugu gure bezeroak erakartzeko.

Gure produktua partikularrentzako, konkretuki, familientzako eta zaintza pertsonaletako enpresentzako dira. Hau da, jantokientzat, hostalaritza zerbitzua eskeintzen duten batzuk; adibidez, tabernentzat, janariekin eta zikindu ahal diren gauzekin lan egiten dutenentzat eta kaleko arropa erabili ahal dutenentzat daude zuzenduta. Hortaz, diru baliabide nahikoak dutenentzako zuzenduta dago.

Produktu hau, ez da lehen mailako premia bat. Dakigunez, arropa bai da lehen mailako premia bat baina, gure diseinuek, berezitasun batzuk dituztenez, lehen mailakoa ez dela esan dezakegu. Horrek esan nahi du gure produktuak ez dituela edonork erosiko. Honekin batera, Polyalta, premia artifisial bat dela esan dezakegu. Hau da, premia artifzialak, lehen mailako ondasun batetik beste ondasun bat izatearen nahia sortzea da, beraz, ez da hain beharrezkoa izatea.

18-70 tarteko jendearentzat zuzenduta dago. Segmentu hau pertsona-talde orokor bat da, baina gehien bat, familiak osatzen dituzten pertsonentzat bideratuta dago. Hala nola, umeak, konkretuki umeen gurasoak, hauek erosten dizkiete umeei arropa haien diru sarrerekin, eta segmentu honen azken atala, aiton-amonak izango ziren.

Gazteak direnak, hau da, gutxi gora behera 35 urte baino gutxiago dutenak garrantzi gehiago emango diete estetikari, 35 urte baino gehiago dutenak, berriz, erabilgarritasunari emango diote garrantzia gehiago.

18-30 bitartekoak direnak, gutxien erosiko duten segmentua da. 18 urte baino gutxiago dituztenentzat zuzenduta ez dago baina produktua izateko nahia baldin badute haiek zuzenki ez zuten erosiko, hainbat arrazoingatik, hala nola, diru-sarrerak jasotzen ez dituztelako. Haien familiak, adibidez, erosiko zizkieten produktua. Gainera, arropa berriagoak nahiago dituztenez, agian, gure arropa haien gustokoa ez zen izango.

Gure produktua gehin bat erosiko zuen segmentua helduak izango ziren, 50-70 urte tartekoak. Helduak garrantzi gehiago ematen dietelako garbiketari, normalean etxeetan arropa garbitzen duten pertsonak haiek direlako. Honela, denbora gutxiago emango zuten lan hori egiten.

70 urte baino gehiago dutenentzat ez dago bideratuta, haiek ez dietelako garrantzirik ematen arropari eta normalean pertsona bat laguntzen dio garbiketa eta horrelako

gauzak egiteko, orduan, gure produktua erosteko erabakia laguntzen dion pertsonarena izango zen.