

SEGMENTAZIOA

Enpresa bat sortzerakoan hainbat pausu eman behar dira buruan ditugun helburuak betetzera iristeko eta horietako bat merkatu segmentazioa da.

Merkatu-segmentazioa gure marka aurrera eramateko marketin-estrategia bat da. Orain arte merkatuan salgai egon ez den produktu berritzaile bat disenaitzea izango da estrategia.



Horretarako produktuak ezaugarri propioak, bereziak eta esanguratsuak izango ditu. Honen helburu orokorra pulbikoari gure produktua erakargarria egitea da, horrela gure enpresak bezero gehiago lortzeko eta ere berean enpresa handitzeko. Metodo hau erabiliz, mertatu segmentu izeneko kontsumitzaile talde jakin bati zuzenduko gara eta horrela, gure enpresak diseinatutako produktuarekin, produktu generikoarekin baino etekin handiago lortuko du.

BEZEROEN GARRANTZIA

Argi dago bezeroak direla edozein negozi-ereduren funtsa, haiek gabe enpresak ezingo bailuke aurrea jarraitu. Horretarako enpresa aurrea ateratzeko hainbat funtzio bete behar dira. Horien artean, aurrean azaldu bezala, merkatuaren segmentazioa puntu garrantzitsua bat da. Merkatu segmentazioa garatzeko hainbat irizpide hartu behar dira kontuan:

- irizpide geografikoak
- irizpide demografikoak
- irizpide psikografikoak
- jarrerazko irizpidea



Beste alde batetik, merkatuen segmentazioa bezeroen arabera sailkatu dezakegu:

- **Merkatu masiboa**

Antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia da.

- **Merkatu-nitxoa**

Bezero oso zehatzak eta berezitutak dituen segmentua da. Hemen, balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurrira diseinatuak egon behar dira.

- **Segmentatutako merkatua**

Behar eta arazo zertxobait ezberdinak dituzten merkatu-segmentuak bereizten dituzten negozio-ereduak dira.

- **Dibertsifikatutako merkatua**

Mota honen baitan dauden enpresek oso bestelako produktuak eskaintzen dizkiete zeharo ezberdinak diren eta elkarren artean loturarik ez duten bezeroen segmentuei.

- **Plataforma edota merkatu aldeaniztunak**

Merkatu horien oinarria da ezberdinak baina bata bestearen mendekoak diren erabiltzaile-segmentuak negozio-eredu beraren pean lotzea.

GURE ENPRESAREN MERKATU-SEGMENTAZIOA:

Gure enpresa habiatuko den segmentazio mota, masiboa izango litzateke. Gure zerbitzua publiko guztietara zuzendua dago, hau da, publiko zabala izango luke.



Horregatik, masibo hitzaren esanahia, herritar oro izango litzatekelako. Gure enpresaren berezoa izateko baldintza bakarra behar da, mugikorra izatea, hau da mugikorra duen pertsona guztietara zuzendua dago.

Nahiz eta gure merkatua masibotzat hartu pertsona talde batzuk ez litzateke sartuko. Alde batetik, gehien bat informazio baliagarria mugikorrean gordetzen duten pertsonentzat edo asko balio duen mugikorra duten pertsonentzat zuzenduta egongo litzateke, baina horrek ez du nahi esan prezio baxuko mugikorra duten pertsonak ezin izango luketela txipa jarri. Azken finean, pertsona batzuk ez dute apreziatzen asko mugikorra txipa jartzeko puntura iristeko bezala. Bestalde, adina kontuan hartuta, 16 eta 60 arteko adineko pertsonentzat egongo litzateke zuzenduta gehienbat.