

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA:

Gure bezeroak 65 urtetik gorako pertsonak dira. Beraz, bezeroen beharrei eta merkatuaren segmentazioari erreparatu diogu. Bezeroen beharrak, kasu honetan, pandemiaren aurrean eduki ditzazkegunak dira. Merkatuaren segmentazioa, merkatua ezaugarri berdintsuak dituzten taldeetan banatzean datza. Lau talde ezberdinetan banatu ditugu gure bezeroak:

Alde batetik, **segmentazio demografikoari** dagokionez, 65 urtetik gora duten jendea zentratu gara nagusiki.

Bestalde, **segmentazio soziologikoari** erreferentzia eginez, errenta maila baxua duten pertsonak lagunduko ditugu baita ere; beraien ezintasunak asetzeko egoera latz honetan inoiz baino gehiago horretarako eskubidea eduki beharko genukeelako.

Gainera, **segmentazio geografikoari** dagokionez, eskualde eta herriaren tamainari erreparatuz, donosti eta donosti ingurutik ibiliko gara lanean, hau da: Orio, Usurbil, Lasarte-oria, Urnieta, Hernani, Astigarraga. Bezeroa bizi den lekuaren arabera, kanal ezberdinak erabiliko ditugu.

Azkenik, **segmentazio psikografikoari** erreferentzia eginez, nortasuna eta bizi-estiloa izango dugu kontuan. Hau da, nolabaiteko desgaitasun fisiko edo mantalak dituzten jendea lagunduko dugu.

Beraz, merkatuaren segmentazioa kontuan hartuta, estrategia bereizitua jarraitzen dugu. Hau da, segmentu ezberdinetako partaideei era ezberdinean zuzenduko zaie; adina, errenta, bizilekua eta nortasun edo bizi-estiloaren arabera.