

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

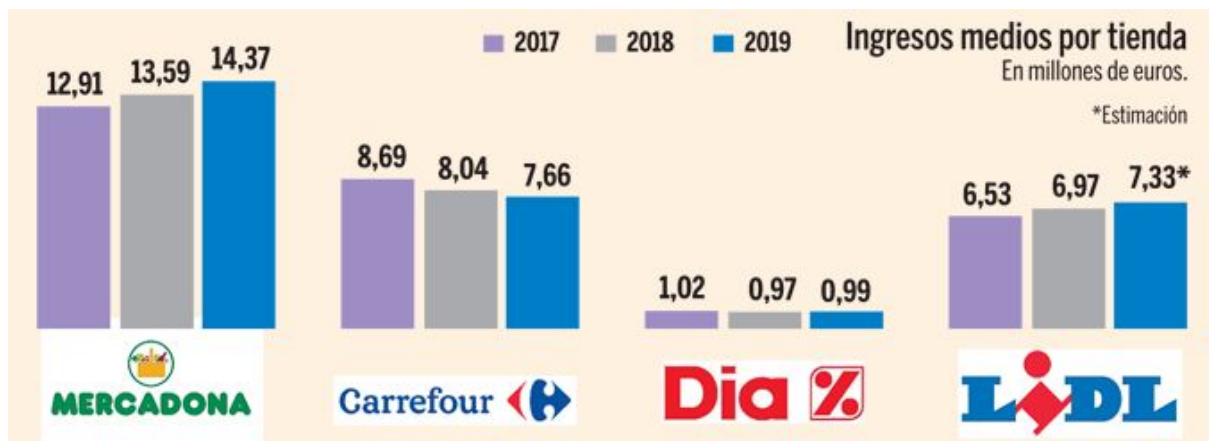


- GURE BEZEROAK:

Guk diseinatu dugun produktua, ez dago zuzenduta zuzenean pertsona fisikoei, baizik eta supermerkatuei. Berdin du zer motatako supermerkatua den, txikia, ertaina edo handia, haiek erabakitzen dute gurekin harremanak izatea.

Guk egindako estatistika hobeto izango litzateke....

Supermerkatu handiak:



Eta supermerkatu txikietan ikus dezakegu ez dituzela hain irabazi handiak eta ez litzaielike errentagarria aterako, ez haiei ez guri. Horregatik, gure produktua supermerkatu guztiei diseinatuta egon arren, hobe da supermerkatu handiei begiratzea.

Horrekin batera, lortzen dugu bi bezero desberdinei onaruk eta errestasunak ematea, hau da, supermerktuak dituzten bezeroak (doazen erosleak) eta gure enpresa produktu hau saltzeagatik lortzen ditugun bezeroak (supermerktuak).

Kasu honetan, bezeroen adina berdin du, enpresa bakoitzak bezero desberdinak dituelako, normalean supermerktuaren bezeroak adin nagusikoak dira, 30 gorako pertsonak (googlelen ikerketa baten arabera), eta honekin jarraitzen, sexua ere ez da kontuan hartzen.