

## 2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Proiektua 17 eta 25 bitarteko gazteetara egongo da zuzenduta, ikasketetara bideratutako migrazioa egiten duten eta etxebizitza bilatzen dabilenak. Aplikazioa aukera desberdinak emango ditu bakoitzaren egoera zibilari egokitzuz, izan ere bakoitzaren ahalmenak ezberdinak dira.

Segmentazio demografikoa izango da nagusia; pertsonaren adina izango baita kontuan. Horrez gain, segmentazio geografikoak eragina izango du, hasiera batean euskal lurraldeetan soilik gauzatuko baitugu proiektua. Hala ere, geografikoki zabaltzeko asmoa dugu.

Segmentazio soziologikoa ere kontuan izango dugu, lanbidea duten 17 eta 25 bitarteko gazteentzat ere eskainiko da aplikazioa. Gainera errenta mailaren arabera aukera esberdinak eskainiko ditu.

Segmentazio psikografikoaren barruan, bezeroen bizi-estiloa, nortasuna eta baloreak kontuan izango ditugu, aplikazioak horrela hauenak konparatu eta bakoitzari hobekien egokitzen zaion gelakideen aukerak eskaintzeko. Horrela bezeroek biziko denaren aukerak izango ditu, hauen ezaguera izateko eta orduan erabaki ahal izateko.

Beraz, bezero segmentuak idatziz argi azaldu ondoren bisualki ere adierazi nahi dugu:

	<b>Gizonak</b>	<b>Emakumeak</b>
<b>Umeak</b> (0-17urte)		
<b>Gazteak</b> (17-25urte)		
<b>Helduak</b> (25-65urte)		
<b>Zaharrak</b> (65urtetik gora)		

