

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure bezeroak zeintzuk diren definitzeko ondorengo ideia hauek proposatzen ditugu:

Lehenik eta behin, gure produktuaren balioa ingurumenarekiko arduratsuak edo ekologikoak eta diseinua gustatzen zaienei zuzenduko ginateke produktua sortzeko orduan. Horregatik negozio-ereduan, ekologistak edo diseinu ereduan interesatuta daudenak, publiko helduago bat, munduaz arduratzen den gizarte talde bat eta beraien inguruan zer gertatzen den konzientzatuta dauden segmentuak ukituko ditugu.

Hasiera batean, bezero gutxi izango ditugu produktua ezezaguna izango delako. Horregatik, lehenengo jakin beharko duguna da ea jendeak erosiko duen edo produktuak arrakasta izango duen, eta horrela jakingo dugu gehiago egitea errentagarria izango zaigun edo ez. Edukiko dugun bezero kopurua mota guztietakoa izango da, bezero asko diseinuak erakarritakoak izango diren, energia berriztagarrien kontsumitzaileak gure bezeroak izango direla aurreikusten dugu, mugikorretan dirua gastatzeko prest dagoen edozeinek ere eros dezake produktua eta bidaiarientzat ere aukera ona izan daiteke, oso eroso delako.

Gure produktuaren ideia honetan, bezero ekologistak izango dira bezero garrantzitsuenak. Hasierako ideia, ingurumenarekin arduratsuak izateko eta energia berriztagarriak erabiltzeko modu berri bat sortu nahi dugulako dira garrantzitsuenak bezero mota hauek.

Erosleei inguruan hitz egiten jarraituz, energia berriztagarriaren alde egiten duten pertsonak eta diseinuagatik dirua gastatzeko prest dauden pertsonak izango dira gure merkatu segmentuak.

Lehen esan dugun bezala, gure ideiarekin xede publikoa energia berriztagarriaren alde egiten duten pertsonak izango dira; hau da, ekologistak izango dira. Eta hau, Energia berriztagarriaren erabilera bultzatzeak, gure merkatu segmentuaren edo kolektiboaren ezaugarri nagusietako bat izango da.

Gure merkatu mota merkatu nitxoa izango da, hau da, publiko segmentu zabala da eta talde horren premiak ezagutu behar ditugu.