

Merkatuaren segmentazioa

Gure "x" produktuaren segmentazioa egiteko Batetik, segmentazio geografikoa egingo dugu non klimaren arabera lekua itxia izango da edo leku irekia. Adibidez, Donostian urteko batz besteko prezipitazioak 1309mm-koak dira orduan leku itxi bat jarriko genuke eta aldiz, Almerian non batz besteko prezipitazioak 228mm-koak dira leku ireki bat jarriko genuke.

Bestalde, segmentazio demografikoa egingo degu eta adinen arabera izango da. 0-14 urte tartean txikietarako jolasak egongo dira eremuan eta begiraleak ere egongo dira. 14-24 urte tartean aldiz, beraiei egokitutako jokuak jarriko ditugu eta 25 urte baino gehiagoentzat, gehiago zentratuko gera deskantsatzeko leku apropos bat izatea.

Azkenik, segmentazio soziologikoa egingo degu eta errenta mailaren arabera izango da. Errenta altuko pertsonentzat lekuaren barruan edariak eta janaria jarriko degu.

Gure Merkatuaren segmentazioa kontuan hartuta, estrategia bereizitua jarraituko degu, hau da, segmentu ezberdinetako partaideei era ezberdinenan zuzenduko gara eta talde bakoitzari marketin plan ezberdin batekin zuzenduko ztzaizkie.

Bukatzeko, argi eduki behar da Espanian 0-14 urteko 6.885.528 pertson daudela eta 15-24 tartean 4.627.749 pertson daudela. Azkenik, 24 pertson baino gehiago duten pertsonak 35.512.931 direla. Horregatik, 24 pertson baino gehiago dituzten pertsonentzat leku gehiago jarriko ditugu.