

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Zein da zure bezeroa?

Gaur egun COVID19-a dela eta ia da aipatu dugun bezala hidro gelak erabiltzen ditugu egunean behin baino gehiagotan. Neurriek esaten buten bezala beharrezkoa da edozein lokal, gela, komertzio, lantegi, merkatal gunetik... ateratzerakoan gela eskuetan botatzea, edozein birus ekiditzeko (kasu honetan zehazki COVID19-a). Maskarilak ez bezala, gel hau botatzea bete behar bat da guztiontzat, hau da, adinak ez du importa. Gure produktuaren erabilera ez dago adinaz baldintzatuta baina egia da mugikor bat edukitzea ezinbestekoa dela. Honek esan nahi du mugikorra duen edozein pertsonak eskura dezakela. Egia da funda daukan edozeinek erabili dezakeela baina gure bezero zehatza esan bezala, mugikorra duten horiek dira. Mugikorra gaur egun ia guztiok daukagu gailu bat da, normalean 12 urtetik gorakoek ia da mugikor bat dute, hori guztiarengatik 12 urtetik gorakoentzat dago zuzendua funda hau. Kasu honetan segmentazio taldeak ikaragarrikoak dira, izan ere, guztiok dute komunean mugikorra baina marka, tamaina... desberdinekoak. Hau ezartzea berebizikoa da enpresa hurrera eraman ahal izateko, hau da gure xede bezeroa zein den. Xede bezeroa gure objektiboa diren bezeroak dira lehen esan bezal 12 urtetik gorakoak kasu honetan. Bezero hauek komunean daukatena mugikorra da.

Egia da hasieran modelo gutxi batzuk egingo ditugula hau da, mugikor marka zehatz batzuei zuzendua egongo dela soilik, baina enpresa handitzean modeloak hugarriak izango dira eta guztiei zuzendua egongo da. Gainera momentuan ez baldin badago zure mugikorraren funda eskuragarri, eskaria eginez lortu lirateke.

Zein dira bezero horien ezaugarriak?

Lehen aipatu dugun bezala hasieran funda gutxi egingo dira enpresa pixkanaka pixkanaka zabaltzen eta handitzen joateko, horregatik gasteiztik hasita Eukal Herri mailara, ondoren, ingurune herrietara eta gero Espainia mailara. Ez daukagu limite jakin bat, hau da, geroz eta jende gehiagorengana iritsi orduan eta hobeto.

Bezeroen segmentazioaren arabera merkatu mota desberdinak daude; merkatu masiboa, nitxo osatutako merkatua, merkatu segmentatua, merkatu dibertsifikatua eta plataforma edo merkatu multilateralak. Gure merkatua merkatu segmentatua dela deritzogu, azken finean merkatu mix desberdina dago segmentu desberdinentzako eta berehizkuntza maila asko daudelako. Hau da, produktua erosle desberdineei zabaldua dagoela baina produktu bera izanik. Aurretik esandakoa kontuan hartuta begi bistakoa da nola gure merkatuan segmentuak dauden.