

2. ATALA: MERKATUAREN **SEGMENTAZIOA**

Flavourice

Proiektua **ostalaritzari** zuzendua izateko asmoarekin diseinatu zen, bere erabilera eta ezaugarriak direla eta. Hala eta guztiz ere, produktu bera erostetik ez dira salbuetsiko helburu partikularrak dituzten bezeroak. Laburbilduz, bezero mota batentzat zuzendua izan arren, gainerakoek eskaintzen dituzten honurak gozatu ahal izango dute, hala nahi izanez gero.

Sortari dagokienez, aurrekoa bezala, ez zeuden bezero jakin batzuei zuzenduta, baina bezero mota desberdinetara hobeto egokitzeke diseinatu ziren, beren ezaugarriekin bat etorritz.

Oinarrizko sorta taberna txikietarako, familiartekoetarako, kafetegietarako, tabernetarako... diseinatu dugu, eta gama honetan bezeroak kokatuta zeuden, norberaren erabilerarako eta gozamenerako.

Gama aurreratua pub, garagardotegi eta tamaina eta gaitasun ertaineko lokalei zuzenduta dago.

Premium gama diskoteken, kontzertu-postuen eta abarren erabilera industrialago baterako bideratuta dago.

Urte osoan zehar, bezero gehienak irletan egongo dira, urte osoko klimatologia gure produktuak eskaintzen duen zerbitzuaren aldekoa baita. Udan, salmenta gehienak kostalde guztietan egiten dira: txosnetan, kostaldeko tabernetan, itsasontziz egindako bidaietan... Neguan, nahiz eta salmentak nabarmen murriztu klimatologiara, hala ere, salmentak izango dira garai hauetan bereziki jendetsuak diren lekuetan: diskotekak, pubak...

Gure bezeroen azterketa intentsibo baten ondoren, ikus dezakegu beste batzuk, modu pertsonalean, nitxoan merkatu-ereduan zentratzen garela. Izan ere, lehen aipatu dugun bezala, gure produktua ostalaritza eta partikularrentzako bakarrik da. Gure

enpresan beste enpresa batzuekin harremanetan jartzen da, hala nola BOSCHrekin, gure produktua banatzeko.