

## 2- Merkatuaren segmentazioa

Dakigunez futbola ekonomia kontu batera aldatu da azken urte hauetan eta gustuko dugun futbol taldearen partiduak estadioan ikustea oso garestia bihurtu da . Futbol taldeak esaten duten moduan futbola bazkideena da, baina gero 40 euro baino baino gehiago ordaindu behar dugu partiduak futbol zelaian ikusteko.

Horregatik guztiagatik, gure produktua, zelaietako giroa sentitu nahi dutenentzat, futbola benetan bizitzen dutenentzat eta diru kantitate baxuak gastatu nahi duten pertsonentzat zuzenduta dagoen ondasuna da . Produktua erosle zehatz batzuentzat bideratuta dago eta horregatik gure enpresa merkatu -nitxoan kokatuta dagoela esan genezake.

Saltzen ditugun betaurrekoen balio kuantitatiboari dagokionez, erosleentzat eskuragarria dela esan nahi dugu dauzkan prezio baxuengatik. Hau da, bezeroek edozein egoera ekonomikoa izanda produktua erosteko ahalmena izango dute. Honen arrazoa, bezeroak gure negozio-ereduaren muina delako, eta haiek gabe merkatuan irauteko zailtasun handiak izango genituzkelako da.

Tamaina estutzen denez ,edozein burura egokitzeko posibilitatea ditu betaurrekoak, inolako minik eragin gabe