

# Merkatuaren segmentazioa

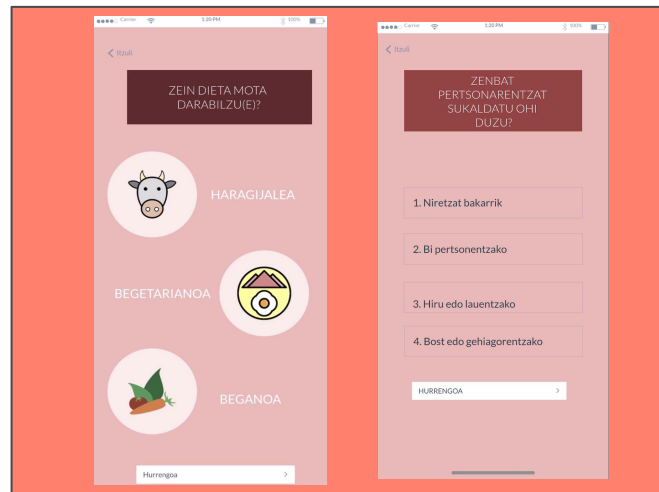


Enpresa edo erakunde bat biztanleriaren zati zehatz bati zuzenduta dagoenean, talde horri merkatuaren segmentu deritzo. Enpresek hainbat fokuratze eduki ditzakete gai honen inguruan, merkatuaren segmentu handiago edo txikiago batengana zuzenduz, helburua edo enpresa motaren arabera.

Hostfood-en kasuan, ez da merkatuaren segmentu zehatz batean ardatzen, izan ere, adin guztietako pertsonentzako bideratutako aplikazio bat izango da, edonork sukaldatu bait dezake. Dena dela, mugikor bat erabiltzen jakitea ezinbestekoa da, izan ere, "Host Food" aplikazio bat da.



# Merktuaren segmentazioa



Nahiz eta gure aplikazioaren merktuaren tamaina handia izan, aplikazioaren hasieran inkesta batek era zehatz batean aztertuko du bezero bakoitza, hasierako segmentuaren barnean beste segmentu batzuk sortuz. Esaterako, janari zehatzen bati alergia dieten pertsonak, dietaren bat edo beste jarraitu nahi duen jendea, baliabide urriagoak dituzten pertsonak...

Ondoren, aplikazioa bezero bakoitzari moldatuz, pertsonalizatuta, modu askoz intuitiboagoan erabili ahal izango dute, era berean, guri segmentu handiago batez arduratzeko aukera emanez.