

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA



Enpresa batean, bezeroak ezinbestekoak dira; izan ere, enpresek haien beharra dute merkatuan mantentzeko. Dakigunez, bezero talde desberdinak egon daitezke, haien interes edo ezaugarrien arabera sailkatu behar ditugunak. Horrela, enpresen helburu nagusienetarikoa bat asetu egingo dugu, bezeroen beharrak asetzeko batik batik, etekin ahalik eta handienak lortzeko. Hori guztiari, merkatuaren segmentazioa deritzaio.

Gure bezeroak, 15-30 urte bitarteko pertsonentzat zuzenduta dago. Hasiara batean, gure helburua zen adin tarte txikiago batentzat bideratzea lokala, baina azkenean, dauden jarduerak ikusita, pentsatu dugu hobeagoa izango litzatekeela pertsona nagusiagoak parte hartu ahal izango balute.

Gure zerbitzuaz gozatzeko eta behar bezala aprobetxatzeko, komenigarria izango litzateke ezaugarri hauek izatea: harreman berriak egin nahi izatea, jarduera fisikoaz gozaten duen pertsona aktiboa izatea eta baita ondo pasatzeko irrika daukaten gazteak izatea. Hala ere, lotsatiak diren pertsonen kasuan, aukera ezin hobea izango litzateke haien trebetasuna eta ausardia lantzeko, beraien ongizate-zonatik ateratzeko.

Kontuan hartu dugu baita ere adin diferentzia faktore garrantzitsua dela, ez baita berdina 15 urteko gazte bat dituen diru-sarrerak eta ohiturak 30 urteko batek dituenarekin konparatuta. Horregatik, merkatua segmentatzea erabaki dugu, adinaren arabera. Bi taldetan banatu ditugu: alde batetik, 15-23 urte bitartekoak eta bestetik, 24-30 urte dituztenak. Horri esker, bezeroak erosoago sentituko dira.

Lehen aipatu dugunagatik, merkatu segmentatu eta dibertsifikatu batean haritzen gara. Hau da, gure lokalaren barruan, zerbitzu desberdinak eskaintzen ditugu, bezeroen nahietara eta adinetara egokituta daudenak.