

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Bezeroak negozio-ereduaren futsa dira, gure negozioak etekinak lortzeko berezoak eta haien beharrak identifikatu behar ditugu. Berezoak taldeka sailkatu daitezke, haien ezaugarri edo beharren arabera. Horrela, haien beharrak hobeto asetzera lortzen dugu. Beraz, beharrezkoa da merkatuaren segmentazioa aztertzea gure enpresak ongi funtzionatzeko eta etekinak ateratzeko .

Lehen esan bezala, bezeroak edozein negozioren zati esentzialak dira, enpresaren bihotza dira. Bezero gabe, produktua ez da saltzen, enpresak ez du etekinik lortzen eta enpresa porrot egiten du. Gure bezeroak 2 ezaugarri hauek betetzen dituztenak dira: Lehenik eta behin, txartel asko dituzten edozein pertsonak, gure aplikazioak asetzen duen beharra, txartel asko dituen edonork sentitzen baitu. Beste ezaugarria, teknologiarekin esperientzia minimo bat dutenak dira, izan ere, nahiz eta txartel asko izan, ezbazara teknologiarekin moldatzen, gure aplikazioak ezdizu ezertarako balioko.

Hainbat merkatu mota daude, bezeroen segmentazioaren arabera. Gure kasuan merkatu masibo bat dugu, izan ere, antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen talde handia da. Gure proiektuan, adin guztietako jendea hartu dezake parte, nahiz eta gehien erabiliko dutenak 16 urtetik aurrera izango dute. 16 urte izateren arrazoa hurrengoa da: adin horretan independentzia ekonomikoa bizitzen asten dira. Lehen esandako adin tartea handia izan arren, denek behar berdina dute, erabiltzen ditugun txartel guztiak leku bakarrean eta komoditatearekin eramatea. Eta zer hobeto aplikazio

batean behar ditugun txartel guztiak sartu eta klik batekin erabili izan ahal izatea baino. Lehenago esan bezala, teknologiarekin ohituta egotea, garrantzitsua da gure produktuan interesa izateko, nahiz eta gure produktua oso erabilerraza izango den, pertsona zaharrek, teknologian duten maila oso oso baxua izan ohi da, eta horregatik, gure publiko objetiboa pertsona gazteagoak dira, hau da, teknologiarekin jai, azi, edo bizi behar izan dutenak.