

MERKATU SEGMENTAZIOA

Zein da gure bezeroa?

Lehen esan dugun moduan, gure produktuak "otaku" pertsonen zuzenduta daude, batez ere Bilbokoak direnei. Izan ere, gure denda fisikoaren kokagunea Bilbao hiria izango da, baina gure webguneari esker, zabaldua gaude Espainiako penintsula osoan saltzera.

Ilido berean, esan dezakegu pertsona ohikoei ere zuzendu ditugula produktu batzuk. Japoniar goxokiak batez ere, bezero berriak erakarriko dituztenak. Bildu ditugun datuak esaten duten moduan, EAEko inork ez ditu saltzen goxoki hauek, baina hori ahitu da. Ez hori bakarrik, Asian ditugun kontaktuei esker, bertako produktu tradizionalak ere lortu ahal izango ditugu besteek baina askoz azkarrago eta prezio murriztu batean.

Jatorriz Japoniakoak izan arren, otaku kultura mundu osora zabaldu da. 13 eta 25 urte bitarteko gazteak izan ohi dira, herrialde garatuetako hiri handietan bizi direnak.

Zer esan nahi du «otaku» izateak?

Euskal Autonomia Erkidegoan 500 mila otaku baino gehiago izanik, lokal hau hemen bertan geratzeko iritsi da. Baina zer da "otaku" bat izatea? Zalantzarik gabe, gai hau pil-pilean dago. Frikak dira ala gustu bereziak besterik ez dituzte? Anime, manga, LOL... horiek dira internauta mota honen interesetako asko. Bat egin dezagun mugimendu honekin!!

Zein publiko mota nahi du gure enpresak?

Gure lokalean merkatu dibertsifikatua sortu nahi dugu, bezero etengabe eta leialak erakartzeko gure produktu-mota desberdinekin. Gure helburua da eduki hau gustuko duen edozein pertsona gure denda fisikora etortzea edo gure webgunearen bidez erostea.

Zein dira bezero horien ezaugarriak?

Otaku terminoa pertsona fanatiko gisa edo zaletasun obsesiboak dituen pertsona gisa definitzen da, Japoniako kulturatik dator, eta edozein gai, eremu edo eremuri

aplikatzen zaio (jokoak, musika-taldeak, zaletasuna, komikiak, filmak, serieak, informatika, automobilak, argazkia, etab.), batez ere animeari eta mangari.

Jatorriz Japoniakoak izan arren, otaku kultura mundu osora zabaldu da. 13 eta 25 urte bitarteko gazteak izan ohi dira, herrialde garatueto hiri handietan bizi direnak.

Hori dela eta, adin horretako (13 eta 25 urte bitarteko) bezeroengana iristea da gure helburua, baina ez gara hor gelditzen eta publiko helduago batengana iristea ere bilatzen dugu, kopuru txikiagoan bada ere, batez ere 25-45 urteen artekoa, baina 45 urtebaino helduagoentzat ere bai. Beraz, helburu dugun merkatu-segmentazioaren grafiko hau garatu dugu.

Lortu nahi dugun merkatu segmentazioa

