

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA:

• Zein da zure bezeroa?

Bezera bat enpresa batek eskaintzen dituen ondasunak eta zerbitzuak erosten dituen pertsona da. Bezera hitza eroslearen sinonimo gisa ere erabil daiteke.

Zalantzarik gabe, bezeroa da edozein enpresaren arreta-gune nagusia, eta, beraz, plan eta marketin-estrategia guztiak haiekin bat etorri bideratu, garatu eta inplementatu behar dira.

Ondorioz, enpresak, marketina behar bezala erabiliz, bezeroei behar bat asetzeko produktu bat eman nahi die, utilitateak lortzearen truke.

Hortaz, bezeroak dira edozein negozio-ereduren funtsa, haiek gabe ezin baitu enpresa batek luzaro iraun.

Gure enpresa funtziona dezan bezera mota desberdinak izango ditugu:

Alde batetik, haurrak dituzten gurasoak; batez ere, gabonetan, oporretan, egunerokoan... denborarik ez dutenak eta bere haurrak noekin usteko aukerarik ez dutenak. Bestalde, haien zaletasunak konpartitzeko pertsonak; honekin esan nahi dugu, badaudela pertsona batzuk, lana eta beraien beharrak direla eta, ezin dutela lagun desberdinak egin, eta enpresa honek aukera ematen du zaletasun berdinak dituzten pertsonak haien artean kontaktua izan dezatela. Azkenik, aiton-amonak izango dira gure bezeroak; hauek, askotan bakarrik eta asperturik sentitzen dira eta laguntzaile bat eskuratzeko erraztasuna izatea ondo etorriko litzaieke.



• Zein dira bezera horien ezaugarriak?

Bezera horien ezaugarriak hauek dira: pertsona bakartiak, haien planak konpartitzeko ez daukatenak. Horretarako, euren interes berdinak dituzten pertsonekin elkartzeko aukera eskaintzen diegu, pertsona irekiak eta lagunarteko pertsonen arteko harreman berriak hasteko prest. Pertsona bakarti horiek interes berdinak edo antzekoak dituzten pertsonekin elkartzeko aukera handia dago.

Aiton-amonak ere bakartiak sentitzen direnean eskura dezakete zerbitzu hau. Bestalde, haurrak mota askotariko ezaugarriak izan ditzakete, bakoitza bere izaera duelako, baina espero dugu hau formalak eta errespetutsuak izatea.