

2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure produktua adin desberdinetako jendearentzat da, baina salmenten ehuneko handiena gazteenartekoa izatea nahi dugu.

Produktua gazteek gehiago eskatzen dutenez, erosketa gehienak ospakizun garrantzitsuetan egiten dira, hala nola urtebetetzeetan edo gabonetan. Erabaki dugu 6 urtetik gorakoak izatea jolastu ahal izango direnak; izan ere, fitxak eta horien osagarri guztiak aukeratzekoan txikiengana pentsatu dugun arren, uste dugu jolasaren arauak oinarrizkoak eta ulergarriak direla, baina baliteke haur txiki batentzat arau horiek ez izatea.

Jolasak haurren garapenerako modu garrantzitsuenetako bat da, eta gaur egungo isolamendu-egoeran inoiz baino garrantzi handiagoa hartzen du, emozioak adierazteko, irudimena garatzeko eta sormena garatzeko aukera ematen baitu. Gure kasuan, haurrek harremanak izaten ikasten dute, partekatuz, besteen garaipenengatik poztuz edo norberaren frustrazioa maneiatzen ikasiz. Horrez gain, joko hau ikertu eta egin dugu koronabirusaren pandemian egoera ahulenean dauden haurrengana sormena eta jolasa sustatzen jarraitzeko.

Lehen aipatu dugun bezala, produktu hori handiagoa da adingabe/gazteen artean, baina, egia esan, horiek ez dira zuzeneko erosleak, haien familiak baizik. Familiak protagonismo asko dute egoera nagusi honetan, egon daitekeen helburuetako bat etxeko txikiei atsegina ematea baita. Gure produktua modu sinplean baina eraginkorrean sustatu nahi izan dugu. Lehenengoz, Espainian banatuko dugu; konkretuki Euskal Herrian, eta sarrerek daudenean ikustean, hau da, ezaguna bihurtzen denean, beste herrialdetan banatuko dugu. Kartelean publizitate-slogana aurkituko dugu, baita produktuaren prezioa ere. Prezio hori nahiko merkea da mundu guztiarentzat, eta horretaz gain, gure produktuaren kanpoko kutxa nolakoa den erakusten duen argazki bat ere badago. Bertan agertzen da joko honetan jolasteko gutxieneko adina.