

# MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Lehenik eta behin, argi dago bezeroak direla gure negozioaren funtsa. Haiek gabe, gure enpresak ezin izango luke luzaro iraun.

Hori esanda, gure bezeroak, segmentazioaren arabera, merkatu nitxo batean kokatuta dauden kontsumitzaileak dira. Merkatu hau behar bat asetu gabe daukan bezero taldea da, eta dudarik gabe hori da gure enpresak eskaintzen duena.



Gure enpresan produktu kantitate handia dago, denak ezberdinak. Hortaz, gure bezeroen beharrak asetzeko produkturen aurkitzea erraza izango da.

Gure bezero motak guztietakoak izan daitezke, baina batez ere bi bezero-talde bereizten ditugu:

- Bezero-talde bat, **internetekin txarto konpontzen** diren pertsonak edo Internet erabiltzeko baliabide nahikorik ez dutenak dira. Pertsona hauek gure dendako bezeroak izatearen arrazoia sinplea da, gure dendan aurrez aurreko salmenta gertatzen dela. Honek asko errazten du pertsona hauen erosketa eta produktuen bilaketa, eta talde mota honek pentsatu barik gure produktuak erosteko prest egongo da.
- Era berean, uste dugu beste bezero-segmentu nagusia nahiko argia dela. Irizpide psikografiko argi bat dute, bezero hauek **produktu arraroen zaleak** dira. Gure saltokian eskuragarri dauden produktu gehienak produktu bitxiak dira, originaltasun handiarekin. Hori dela eta, bezero-talde honek atsegina aurkituko du gure enpresa eta gure produktuak.

- Irizpide geografikoaren arabera, gure saltokia Leioan kokatuta dagoenez, gehien bat **Leioan bizi diren pertsonak** etorriko dira gure dendara. Hortaz, geografikoki banatu dezakegu bezeroak, batez ere Uribe Kostakoak etorriko dira.



Horretaz aparte, gure saltokira etortzen diren pertsona askok, oparien bila datoz. Gure produktuen aniztasuna oso erakargarria da objektu ezberdinak aurkitzeko eta horrela opari perfektua topatzeko. Hori dela eta, gure dendan eroslea eta kontsumitzailea bereizi ditzakegu. Eroslea, oparia erosten duen pertsona da eta, beste aldetik, kontsumitzailea, oparia jasotzen eta erabiltzen duen pertsona izango da.