

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure bezeroak, hegazkinez bidaiatzen duten pertsonak izango dira. Batzuk, nahiko ohikoak izango dira, asko bidaiatzen dutelako, baina haietaz gain, bezero puntual asko izango ditugu, oporretan hegazkinez bidaiatuko dutenak, eta gure zerbitzuak erabiliko dituztenak. Bezero guztiek zerbait dute amankomunean, gure bezero guztiek hegaldi bat hartuko dutela, eta bidaiatzen ari direla.

Aipatutako bezero ohikoak, lanegatik edo asko bidaiatzen duten jendea izango dira. Hauek, askotan erabiliko dituzte gure zerbitzuak, eta gure diru-sarreraren oinarria izango dira. Garrantzitsua izango da horrelako bezeroak erakartzea, eta behin gure zerbitzuak erabiltzeko ohitura hartzen dutenean, ez galtzea. Hau da, bezero ohikoak gure bezero garrantzitsuenak izango dira, enpresari etekin handiena emango dienak. Bezero horientzat bono batzuk sor ditzakegu, horrela, erosoagoa izango da bezeroentzat hainbat aldiz gure zerbitzuak erabiltzea, eta gainera, bezero ohikoak izaten segitzea lortuko dugu, ez dira gure enpresatik aldentuko.



Gure bezeroen adin-tartea nahiko zabala da, izan ere, gure zerbitzuak jaso ditzakeen merkatua oso anitza da, perfil ezberdineko bezeroak kontsumitu dezaketelako. Perfil bat, enpresa edo lan esparruan aritzen diren bezeroak dira, askotan bidaiatzen dutenak, eta aurretik aipatutako ohiko bezeroak izateko aukera handienak dituztenak. Beste aldetik,

ohikoak ez diren bezeroak, beste perfil batekoak dira, hauek oporretan bidai bat egiten duten bezeroak izango dira, gure zerbitzuak askotan erabili aldiz, behin edo behin erabiliko dituztenak.

Laburbilduz, gure bezeroek amankomunean dutena da, hegazkin bat hartzekotan egongo direla edo iada hartuta izango dutela. Gainera, gure bezeroen adin-tartea zabala dela uste dugu, beraz bezero kantitate handi batengana iritsiko garela uste dugu. Hauek bi multzotan banatu ditugu, ohikoak eta noizbehinkakoak (oporretan bidaitzen dutenak...). Hala ere, gure kabinak ahultasun bat dute espazioari dagokionez.