

BEZERO SEGMENTUA

Gure enpresako merkatu-segmentazioari dagokionez, bi target nagusi bereiz daitezke; bizitza estilo espezifiko bat duten gazteak. Alde batetik, 1. targetan, generoa, adina eta ideologia bereizi bat duten pertsonen zuzenduta dago. Eta bestetik, 2. targetan, arazoak dituztenei eta egoera bereizi batean dauden pertsonen zuzenduta dago.

Merkatu-segmentazioa marka batek aurrera daraman marketin-estrategia bat da, produktu generikoa gainditu eta merkaturuan ezaugarri bereziak dituen produktuaren bertsio ezberdin bat diseinatu eta merkaturatzeari ekiten diona. Marketin-estrategia, enpresa bati eskuragarri dauden baliabideetan zentratu eta modurik onenean erabiltzeko aukera ematen dion prozesua da, salmentak handitzeko eta lehiaren aldean abantailak lortzeko.

Lehenengo segmentuan, adinari dagokionez, gazteetan zentratu gara, 25-40 urte artean. Gure helburua beraien baloreak eta helburuak betetzen laguntzea da, horretarako ez dugu nerabeetan pentsatu, produktua ordaitzen diru kopuru bat behar duzualako eta horregatik 25-40 urte duten pertsonetan zentratu gara beraien bizitza egonkorra delako, etxebizitza, lana eta soldatarekin. Hala ere, nerabeak gure produktua alko dute erosi baita beste adineko jendea.

Batez ere gazteetan oinarritu gara begano eta begetariano den gende gehiena gaztea delako, pertsona hoietatik 81% emakumeak dira eta 35,5 adinekoak. Beraien motibazioak animalien eskubideak, ingurunea, osasuna eta justizia soziala dira batez ere eta hori guztia errespetatuz alko dute kontsumitu gure produktua. Pertsona begano eta begetarianoak gure produktuaz alko dute disfrutatu jan alko dutelako nahi duten janaria nahi duten zaporearekin, adibidez haragia nahi badute daztatu baina ez erosi alko dute jan edozer beste gauza beraien ideiekin datoztenak eta aldi berean haragia daztatu. Gainera gure produktuarekin zapore exotikoak sentituko dituzte.

Baita ere gehitu ditugu ekologikoak eta km0 diren pertsonak, berriz ere gehienak gazteak, ekologikoak diren pertsonak %29,3 dira eta haieetatik %35,4 emakumeak eta %35,5 ikasleak. Gure produktua oso ondo egokitu daiteke beraien gertuko produktuak kontsumitzeari bultzatzen dugulako eta sukaldatzen den janaria ez delako botako zakarrontzira, janaria ez gustatzekotan, beste zapore bat jarri al diozulako.

Azkenik, iraungarritasuna bilatzen duten pertsonen zuzenduta egongo da ere, baita gehienak gazteak. Erosketa-ohiturari dagokionez, ekonomia jasangarria edukiko dute 6 urteko bermea dutelako, behin erosi hurrengo urteetarako iraungo du.



designed by freepik

Gazteak



Ekologikoak



Begetarianoak/Beganoak

Bigarren segmentuan zentratu gara egoera berezi batean dauden pertsonetan, adibidez zapoarekin arazoak dituztenak. Gure produktuarekin gaixotasun bat dutenen pertsoneri lagundu diezakegu, ez badute zaporea nabaritzen gure produktua erabilia alko dute zaporea nabaritu. Oraingo Covid-19arekin gende asko daztamena galtzen du eta gure produktuarekin berriz zaporea nabaritzea lortuko luke. Baita ere ospitalean daudenak, edozer beste arazorekin, hango janaria ez gustatzekotan edo ez nabaritzekotan gure produktua erabili alko luketen, horrela efektu psikologikoa sahiestuko zen.

Baita ere erabil dezakete dieta bat dutenak, erregimena egiterakoan elikadura osasuntsuak jan beharko dute baina gure produktuekin beste janarietaz alko dira ez ahaztu eta jarraitu daztaten. Eta nahita nahiez jan behar badute zerbat ez gustokoa produktua erabiltzean arazoa konponduko da. Baina batez ere beraien beharrak asetzea alko zuten, azukrea adibidez.

Azkenik, haurdun dauden emakumeentzat erabilgarria izango da gure produktua. Egoera horretan, emakumean osasuntsu jan behar dute haurra eta bere osasuna zaintzeko baina "antojo" batzuk edukitzen dituzte eta norbalean janari ez oso osasuntsua izaten da. Beraien gogoak asetzeko eta aldi berean beraien haurraren eta beraien osasuna zaitzeko irtenbidea gure produktuak eman dezake.



Gaixotasuna



Dieta



Haurdunaldia

Laburbilduz, bezeroen segmentaziorako bi target egin ditugu. Lehenengo targetan ze bezero motan zentratzen geren azaltzen dugu, bilatzen dutena eman diezakegulako. Biagarrenean, egoera eta azarazo espezifikoak dituztentzat da. Honekin bilatzen dugu bezero konkretu batzun edukitzea.