

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA “StaySave”

Merkatu segmentazioa, merkatua hainbat talde eta segmentutan banatzeko prozesuan oinarritzen da, ezaugarri batzuen menpe. Talde bakoitzeko kideek beraien arteko antzeko berezitasuna dituzte.

Merkatuen segmentazio egokia egitea baliogarria da enpresetako marketing departamentuan ezartzen diren helburuak lortzeko. Merkatuak zenbat eta hobeto segmentatu, segmentu bakoitzerako estrategia optimoak sortu ahal izango dira, bezeroen beharretara hobeto egokitzen diren produktu edo zerbitzua eskaini ahal izateko.

Prozesu hau oso garrantzitsua da produktuak hobeto optimizatzeko eta benetan behar duten audientzietara zuzentzeko aukera ematen baitu. Horrela, publizitatean egingo den inbertsioa optimizatu daiteke, segmentu hori erakartzeko.

Era berean, garrantzitsua da merkatuaren segmentazioa egitea, eskainiko den produktua edo zerbitzua gizartearen premiak %100-ean asetzen dituela bermatzeko. Zerbitzu bat merkaturatu aurretik ez bada merkatu ikerketa edo merkatu segmentaziorik egiten gerta litekeena da zerbitzu horrek utz egitea, ez badu norbaiti zuzendutako audientzia espezifikorik.

Zenbat eta egiten dugun segmentazioa xehetasun-maila handiagoan sartzen bada, hobe da produktuak, ondasunak edo zerbitzuak merkaturatzeko unean izango duen harrera.

StaySave aplikazioa, mundu guztiarentzat egongo da eskuragarri, kolektibo guztientzat, ez dugu pertsona bat diskriminatzen. Mugikor guztiak duten gaitasuna aplikazioa deskargatzeko instalatu ahal izango du. Baina egia da, gure enpresa, batez ere 14-30 urteko pertsonentzat bideratua izango da, beraz, nitxo osatutako merkatua izango da, bertan, norbanakoek ezaugarri eta behar homogeneousak dituzte, eta azken horiek ez daude guztiz estalita merkatuko eskaintza orokorrak. Segmentu hauetara zuzentzen dugu uste dugulako adin hauen artean dago ateratzen den pertsonak.

