

## MERKATUEN SEGMENTAZIOA:

Gure enpresa merkatu segmentatuaren barruan dago, merkatua alderdi zehatz baterantz dago eginda eta, hau da, jende multzo zehatz batean oinarrituta dago gure produktua. Hala ere, hau hainbat taldetan bana daiteke, adin, jokatu behar den zelai mota eta jokatu behar den kategorian.

Alde batetik, adin guztientzako dago diseinatuta gure produktua, 8 urte dituztenetik gutxi gora behera nahi den adin harte. Zapatila tallak 35 etik 47-harte dira. Badaude kasuak txikiagoak edo handiagoak erabiltzen direnak, baina gure baliabideak tamainu hauek bakarrik onartzen dituzte.

Beste aldetik, zelai motaren arabera, gure produktuak takoak aldatzeko aukera ematen du, orduan nahi den zelaian jokatu daiteke. Gure zapatillak indeterminatuak, hasieran zelai artifizialentzako modulo bat ekartzen du, 10 tako borobildunekin, kautsozko zelaientzako aukera hobena izanik. Honela, modulo ezberdina jartzeko aukera emanik jokalaria bakoitzak nahi dituen takoak jarri ditzazke.

Baita ere, kategoriaren arabera, jokalariai beraiei zapatiletan kalitate gehiago bilatzen dute. Gure zapatillak diseinu oso ona du kategori handienetako zapatilla diseinuekin konpetitzeko. Gure zapatilen materialak gainera, zapatila gutxi duten karakteristika bat du, hankara amoldatzen dela, honek asko laguntzen du eta azken denboran eskatzen hari den karakteristika bat da.

Azkenik, gure zapatilak ezin dira nahi den tokietara banatu, hasiera batean aurreikusi ditugun irabaziekin Euskal Herrira banatzeko aukera bakarrik ematen digu. Honek ez digu limitatu behar handitzerako garaian, Euskal Herriak futbol kultura handia duelako, liga eta kategori askorekin.

Beraz, aurreko guztiaren laburpen bat eginez gero, gure produktuaren merkatua merkatu segmentatu barruan dagoela kokatuta hainbat arrazoiengatik ondorioztatu dezakegu:

- Kontsumitzaile talde espezifiko bati zuzenduta dagoelako.
- Gure enpresak produktu ez-ohiko edo bereziekin produktu komunak eta generikoekin baino etekin edo balio erantsi handiagoa lortuko duelako.