

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

5-STRS-ek ez ditu bezeroak adinaren arabera segmentatzen, eskaintzen dituzten produktuak populazioaren belaunaldi guztiek eskatzen baitituzte

5-STRS marketing-plana izango da aukerak eta mehatxuak identifikatzea, gure enpresak dituen ahuleziak aztertzea eta ekintza-plan bat eraikitzea, izan ditzakegun salmenta-kopuruei aurre egiteko eta gure kontsumitzaileak modu berri batean sustatzeko, erosteko motibazio handiagoa izan dezaten.

Gure enpresak segmentazio bat eskainiko du bezeroaren berezitasunaren edo profesionaltasunaren arabera, hau da, produktuaren erabilera partikularrerako den edo erabilera edukatiboa edo ofizio tekniko edo enpresarialerako den.

