

## **Merkatuen segmentazioa**

Gure proiektua aurrera eramateko, gure bezero edo bezeroak definitu behar ditugu, izan ere, haiek baitira gure negozio edo proiektuaren jomugak. Gure kasuan, haiek izango litzateke:

- Ingeniaritza biomedikoko enpresak.
- Protesia behar duten pertsonak.

Bezero horiek ezaugarrien, beharren eta jarrera komunen arabera multzokatzeko prozesua da bezeroen segmentazioa, marka batek bere ahaleginak talde errentagarrietara eraginkortasunez bideratu ahal izateko. Gure kasuan bezero oso zehatzak eta berezitutik dituen segmentua da. Hemen, balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurritik diseinatuak egon behar dira. Beraz, protesi bat fabrikatu behar badugunez, enpresa handi batzuen menpe gaude. Eta, beste aldetik, merkatu honen oinarria ezberdinak dira baina bata bestearen mendekoak diren erabiltzaile-segmentuak negozio-eredu beraren pean lotzea. Enpresa handiak behar ditugu gure proiektua aurrera eramateko eta gure produktua saltzeko. Horrela bezero gehiagori gerturatuko da gure produktua.