

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure bezeroak definitzeko orduan bi faktore hauei erreparatu diegu: bezeroen maila ekonomikoari eta haien behar-espezifikoei.

Gure produktuak beharrak asetu baino gehiago norberaren gutizirako direla esan dezakegunez, bilatzen ditugun bezeroek egoera ekonomiko mesedegarri bat eduki beharko dute, hau da, erdi- edo goi-mailako diru-sarrerak dituztenak izango dira.

Bezeroak pertsona fisiko (indibidualak) edo enpresak/erakundeak izan daitezke. Bezeroe indibidualei dagokienez, haien autoetan edota etxebizitzetan ezarriko genuke gure teknologia. Erakunde edo enpresei dagokienez, berriz, haien fabriketan, eskoletan, biltegietan, bulegoetan etab. ezartzeko.

Bestalde, haien beharrak ikusi beharko dira: `eskola, fabrika edota beste instituzio bat bada, auto sinple bat baina eskeri konplexuagoa egingo digu.

