

3. MERKATU SEGMENTAZIOA

Zein da zure bezeroa? Zein dira horien ezaugarriak?

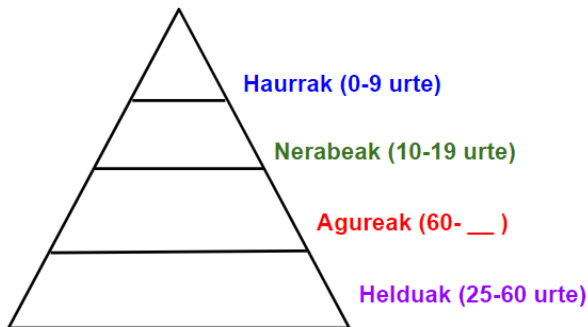
Zaborrontzi sailkatzailearen bezeroak **birziklapen errazago baten apustua egiten dutenak** izango lirateke. Oro har, familiak eta **pertsona helduak** izango lirateke helduak, **erosahalmen nahikoa dutenak** produktua erosteko. Izan ere, oso garestia izateagatik, etxetik joan berri den gazte batek ez luke horretan dirurik gastatuko, beste lehentasun batzuk izango lituzkeelako.

Ezaugarri zehatzak:

- 30 urtetik gorako helduak
- Kontsumo handiko familiak
 - Umeak (asko) dituztenak
 - Etxe berean jende asko bizi direnak

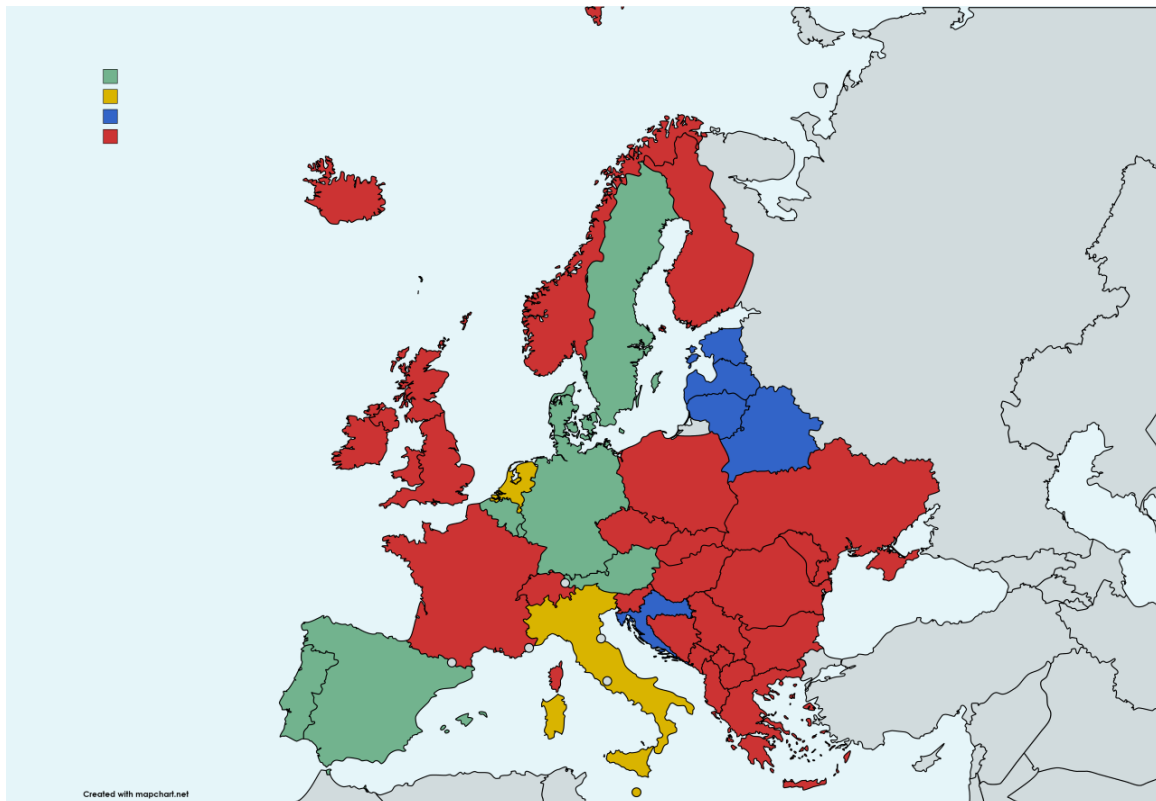
Errentagarritasun maila segmentuka:

- **Irizpide demografikoak: adina**



Piramide honetan adinaren araberako segmentazioa adierazita dago; Piramidearen oinarrian 25 eta 60 urteen arteko **helduak** daude, hain zuzen, gure **erosle nagusiak**. Ondoren, maila bat gorago, agureak ditugu, **60 urtetik aurrerakoak**; Hauek ere **erosle garrantzitsuak** dira. Azkenik, **haurrek eta nerabeek ez digute asko edo batere erosiko**, ez dutelako eros-ahalmenik.

- Irizpide geografikoak: herrialdea (Europa mailan)



- Herritar gehienek
- Herritar askok
- Herritar batzuek
- Herritar gutxik

Mapa honetan herrialdearen arabeko segmentazioa irudikatuta dago. Mapa egiteko Europako herrialdeetan birziklatzeko zer nolako ohitura dagoen kontuan hartu dugu; Beraz, **gehien birziklatzen den herrialdeetan gehiago salduko litzateke gure produktua**, azken batean birziklapena errazten duelako.