

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Argi dago bezeroak negozio baten funtsa direla eta funtsezkoa da bezeroekiko **komunikazio eta harreman** on bat izatea.

Kontsumitzaileen artean, gure produktua automobilak ekoizten duten enpreseei egongo da bideratua, gure kaxa bere automobil-eraikuntza formulatan sartzeko. Beraz, automobileen merkatuan ibiliko gara, gure produktua segurtasunari bideratuta baitago. Orduan esan genezake **merkatu nitxo** batez ari garela hizketan, bezeroak zehatzak eta bereiztuak daudelako.

Lehen aipatutakoa bezala, ibilgailu pieza bat denez, ibilgailuak egiten dituen enpresa alde batetik eta bestetik bezeroengana egongo da bideratua produktua. Seat enpresa, besteak beste, bere barne egitura gustoko dugulako.

Beraz, gure bezeroak automobileen ekoizleak izango dira zuzenean, eta **DGT**-arekin ere harremanetan egon beharko gara, gure proiektuaren helburua betetzeko.

Kontsumitzaileak zein izango diren argi izan eta gero ere jakin behar ditugu gure bezeroek dituzten nahiak eta lehentasunak. Azkenean kaxa erabiliko dituztenak pertsonak izango dira eta **bere nahietara egokituta** egongo da gure kaxa:

Kaxa kotxearen barruan **kokapen** berezi bat izan behar du, eskuragarria eta erraz ikus ahal daitekeena, bezeroek mobila ahaztu ez dezaten. **Erabilpena** azkarra izan behar da ere, gidariak ez baitute denbora asko kutxarekin egoteko, normalean presaka ibiltzen direlako. Gainera, **gogorra** izan behar da, hausturarik ez izateko eta segurtasuna bermatzeko. Hortaz aparte, zaratarik ez izateko intsonorizazio-sistema bat egongo da, bezeroak es distraitzeko mobileko mezu eta deiekin, gure xedearekin bat egiten duena, istripuak murriztea eta segurtasuna bermatzea.

