

## 2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA / SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Aplikazio hau autoarekin edozein lan edo lekutara joan behar duten pertsonentzat da. Gure bezeroek aplikazio bat izan dezakete telefono mugikorrean, arazoren bat gertatzen bada jakinarazpenak jasotzeko, partzela noiz uzten duen jakiteko, aplikazioaren beraren zerbitzua baloratzeko eta inkestaren bat egiteko. Garajea alokatzen duten pertsonen eta garajeen dauden pertsonen artean ere hitz egin ahal izango dute.



Gure aplikazioa autoa duten pertsoneri zuzenduta dagoenez, banku-txartelaren bidez egingo dira transakzioak, hau da 18 urtetik gorako pertsonen hitz egiten ari gara.

Gizartearen maila handi baten aldeko apustua egiten dugu, gaur egun Espainian autoa duten pertsonena, hain zuzen ere. Aseguruen konparatzaileak bildutako datuen arabera, Espainiako etxeen % **77,4k (3,8 milioi guztira)** auto bat du gutxienez. Beraz, bezero potentzial talde handia dugu.

Gure bezeroek segurtasun eskasa eta prezio altuak salatzen dituzte bide publikoan aparkatzeko orduan. Izan ere, **TAOk** polemikaz inguratuta eta aparkalekurik ezaren arazoa konpontzeko helburuak lortu gabe jarraitzen du. Bezero askok diote disuasio-efektua duela, ez baitu aparkalekuaren arazo handia konpontzen, eta, gainera, zigortu egiten du ordainketa bat ezartzean, auto erabiltzaile gehienak hirien kanpoaldean aparkalekua bilatzera bultzatuz.



Erabiliko dugun merkatu **estrategia marketin bereizia** izango da. Gure enpresak segmentuak moldatzen du eskaintza kasu bakoitzean; partzelaren ezaugarriak aldatuz, kokatuta dagoen zonan oinarrituta, partzelaren tamaina. Horrela, enpresak salmenta gehiago izango ditu, baina baita kostuak ere. Estrategia honek berekin dakarren gastuak publizitatean gastu handiagoak dira edo zonaldeen arabera loturiko prezio ezberdina. Horregatik, salmenten hazkundera eta kostuen igoera errentagarriak dira.