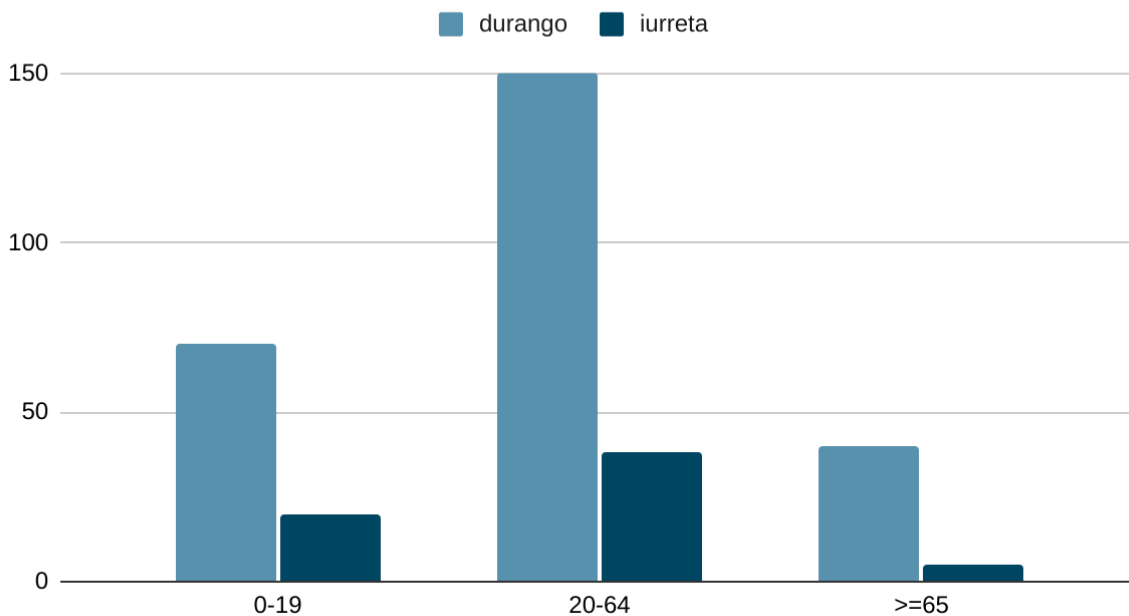


## 2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA BEZEROAK:

Gure enpresak eskaintzen duen produktua populazio guztiarentzat izan arren, baditugu ezaugarri zehatz batzuk dituzten bezero segmentuak. Gure ustez, lana dela eta denbora gutxi duten pertsonak bezero egokiak izan daitezke, sukaldean denbora gutxi pasatzen dutenak (ez dakitelako sukaldatzen edo ez zaielako gustatzen) edo noizbehinka egoera berezi baterako (famiarekin edo lagunekin egindako ospakizun bat) janari elaboratuago bat erosi nahi dutenak izango dira gehien bat gure bezeroak. Horretaz gain, kalean ordu asko pasatzen dituzten eta diru asko ez daukaten gazteak ere bezero bezala ikusten ditugu.

2022 urtean



Grafika honetan Durangon eta Iurretan adinetan bananduta zenbat pertsonak erabiliko duten gure makina adierazi nahi izan dugu (estimazio bat litzateke)

Enpresak izan ditzakeen bezero segmentua aztertzeko, barne ingurunearen zein kanpo ingurunearen azterketa bat egin behar izan dugu eta hurrengo taula honetan gure enpresaren AMIA matrizea zein den adierazten dugu, gure puntu ahulak zein indarguneak adieraziz eta kanpo ingurunean dituen indarrak eta mehatxuak aipatuz:

