

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatuaren segmentazioan, gure bezeroa definitu behar ditugu. Gure produktuaren helburua bezeroen beharrianak asetzea da, bezeroen ezaugarrietan oinarrituta; adibidez, ohituren arabera, esperientziaren arabera...

Argi izan behar dugu zein segmentura bideratuko dugun gure proiektua, horretarako, zeintzuk izango diren gure bezeroak eta zein ezaugarri izango dituzten gure proiektuaren bihotza bezeroak izango direlako eta beraien eskuetan egongo da gure produktuaren etorkizuna.

Gure bezeroak, batez ere kirolariak izango dira, zehazki txirrindulariak. Beraien beharrik segurtasuna eta konforta izango direla jakinda, gure produktua beraien beharretara zuzenduko dugu; adibidez, prestatu dugun txalekoa beraien segurtasunerako zuzenduta dago.



Bezeroak gehien bat txirrindulariak izango direnez, produktua errepidean ibiltzeko prestatuko dugu, eta beraien iritzia kontutan hartuko dugu.