

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Bezeroak dira edozein negozio-ereduren funtsa, haiek gabe ezin baitu enpresa batek luzaro iraun. Bezeroak beren ezaugarri komunetan oinarrituta taldekatu behar ditugu, beren beharrak hobeto asetzeko.

Gure kontsumitzaileak edozein adinetako bezeroak dira, baina behar komunak dituztenak, hau da, etxetik kanpora jaten dutenean beraien jana berotzerik ez duten bezeroak.

Bezeroen ezaugarriei dagokienez, antzeko beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileak dira, kasu honetan, hauen beharra momentuan janaria berotzea da. Gure produktuak edozein tokitan jana berotzea ahalbidetzen die. Hau da, merkatu masibo bat da.



BEZERO EZBERDINEK BALORATZEN DUTENA

NERABEEK

Nerabe askok goizetan klaseak izaten dituzte eta arratsaldeetan eskolaz kanpoko ekintzak. Ez dute denborarik izaten etxera joan eta bazkaltzeko eta ikastetxe askotan jangela zerbitzua egon ohi da, baina adibidez, batxilergoko ikasleek ez dute jangela zerbitzurik eta jangela zerbitzua duten ikasle askok nahiago izaten du etxetik eramandako jana jan. Gure ontzien bidez, ikastetxetik urrun bizi diren ikasleek jan beroa jateko aukera dute.

Nerabe gehienek ontziak ez oso handiak izatea nahiko dute, hauek traba bat izan ez daitezen. Gainera, berritasuna, pertsonalizazioa, lana erraztea, erabilerraztasuna, arriskuen murrizketa eta eskuragarritasuna bezalako ezaugarriak baloratzen dituzte.

LANGILEEK

Langile askok goiz eta arratsaldean egiten dute lan, eta enpresatik urrun bizi direnak, enpresan bertan geratzen dira bazkaltzen. Enpresa askotan mikrouhin labeak kendu dituzte COVID-19aren ondorioz, eta langile askok orain ez dute jana non berotu; beraz, gure ontzien bidez lantokian bazkari beroa jateko aukera izango dute.

Bezere hauek berritasuna, pertsonalizazioa, lana erraztea, erabilerraztasuna, arriskuen murrizketa, eskuragarritasuna, merkea izatea eta diseinua bezalako ezaugarriak baloratzen dituzte.