

## 2. SEGMENTAZIOA

Segmentazioari dagokionez erabaki dugu, gure produktua gazteriarentzako zuzenduta egotea (15-40 urte). Izan ere, gure konfiantzazko ingurunean galdetegi bat egin eta ondoren ohartu gara eskaera handienak adin tarte horretan daudela. Adin tarteaz aparte gure enpresaren pentsaera partekatzen duten jendeari bideratuta egongo da. Hau da; klima aldaketa, kutsadura, norbanako ongizatea... aldatzeko sinesmenak dutenentzat.



Segmentazioari buruz informazioa bilatu ostean, ohartu gara hainbat gauza izan behar direla kontuan. Orain aurkitutako informazioa eta gure ideiak amankomunean jarriko ditugu:

- Aldagai geografikoa:* Munduaren, herrialdearen, hiriaren... zein zatiri zuzenduko zaion.
  - Gure kasuan, hasieran Euskadi mailan zabaltzen saiatuko gara. Proiektua handia izatea nahi dugu, baina hasiera batean hobeto da komunitatearen zati txiki batean aurkeztea, eta gero denbora pasa ahala gero eta gehiago handitzea.
- Aldagai demografikoa eta psikografikoa:* Adina, generoa, erlijioa, hezkuntza, nortasuna, balioak, interesak...
  - Aurrera eraman nahi dugun enpresaren idealak ez dituzte baztertzen edozein pentsamendu, genero, erlijio, hezkuntza eta nortasun ezberdinak dauzkaten pertsonak.
- Aldagai sozioekonomikoa:* Bizimodua, diru sarrera maila...
  - Kasu honetan sudaderak sortzeko prozesua hain luzea denez eta kostu handia daukanez, prozesu honekin jarraitu ahal izateko diru sarrera

handiak izan behar ditugu. Hori dela eta hasieran bultzada bat eman behar diogu gure enpresari. Beraz prezio horiek erreflejatuta ikusi ahal izango dira gure produktuetan. Merkaturatze prezioa hasiera batean 62€ izango da.

- Beste alde batetik, bizimoduari dagokionez, nahi duguna da, batez ere, eroso joan nahi duen jendeak erabiltzea eta gauza desberdinak erabiltzeko beldurra ez duten pertsonak eramatea.

Laburbilduz, esan beharra dago nerabeei zuzenduta egongo dela, baina hori ez du esan nahi beste edozein adineko jendeak erabili ezin duenik.

