



MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

7. Taldea
Elaia Altuna
Eneritz Higuero
Enara Losada
Saioa Martinez
Nora Sierra

"Bezeroak edozein negozio-ereduren muina dira, izan ere, ez baita haiek gabe denbora luzez iraungo duen enpresarik". Hau da, merkatuan, erosleak (bezeroak) eta saltzaileak (ondasun/zerbitzuak) elkartzen dira. Behin baliozko proposamena eginda, segmentazioaren atala egitea egokitu zaigu. Segmentazioan puntu garrantzitsu bat nabarmendu behar da: merkaturaren segmentazioa.

Marketinaren arloan, segmentazioak atal handi bat hartzen du, enpresak atal haietan zatitzen baitira, merkaturatze-erabaki ezberdinak hartzeko asmoz. Segmentu horietan, produktu eta zerbitzu bereziak eskaintzerako orduan, bezeroen beharrak hobeto asetzen dira. Hortaz, merkatuan sortzen den atal berezi horietako bakoitzari segmentu deitzen zaio.

Merkatuaren segmentazioari dagokionez, gure enpresa publiko generalari zuzenduta dago, batez ere, praktikotasuna bilatzen duten pertsonentzat bideratuta dago. Gehiago zehazteko, esan dezakegu asko bidaiatzen duten pertsonentzat bideratuta dagoela, izan ere, maletan edo motxilan dena sartzeko orduan espazio gutxiago okupatzen du (pasta jada gehiago behar ez dugulako) eta gauza gehiago sartzea ahalbidetzen du.

Horrez gain, orokorrean erosotasuna gustuko duten pertsonak ere produktu hau erosi nahiko dute, produktu bakar batean bi produktu ezberdin dituelako. Gainera, merkatuan ez dago horrelako produktu berritzailearik oraindik, edo gutxienez, ez da globalki oso ezaguna. Horregatik esan dezakegu gure produktu hau nahiko arrakastatsua izan daitekeela.

Aurreko guztia kontuan hartuta, esan dezakegu gure segmentazioa merkatu masiboarekin identifikatzen dela, izan ere, merkatu mota honetan antzerako beharrak eta arazoak dituzten kontsumitzaileen taldea biltzen da. Bestetik, aipatu beharra dago gure bezeroen ezaugarriak nahiko anitzak direla, hau da, bezeroak elkarren artean desberdinak direla baina denek ezaugarri komun batzuk dituztela: gehiengoak geroz eta produktu ekologikoagoak nahi dituzte, egoera klimatikoari aurre egiteko modu bat baita.

Horretaz gain, gure enpresa hasiera batean ez da oso handia izan, zerotik hasten baikara. Hala ere, pixkanaka-pixkanaka bezeroak erakarriko ditugu gure produktu berritzaile eta praktikoarekin; ezagunagoa bilakatuz.