

2. SEGMENTAZIOA

Gehien bat, gure zerbitzuak gazte guztientzako eta Euskal Herriko ikasleentzako sortzen dugu. Pertsona hauentzako pentsatuta dago, diru-sarrera eta baliabide gutxiago dituztelako, horren ondorioz, gehienek laguntza psikologiko pribaturik eskuratu ezingo dutelako. Gainera, gaur egungo psikologia-zerbitzu publikoak nahiko saturatuta daude. Horretaz gain, *Mutua Madrileñak* eta *FAD Juventud* fundazioek aurkeztu dutenez pasa den urtean, gazteen % 56,4k aitortu du osasun mentaleko arazoren bat izan duela azken urtean, baina ia erdiak (% 49) ez du laguntza profesionalik eskatu, *Barómetro Juvenil. Salud y Bienestar* jakinarazi duenez. Hau da gure enpresa sortzearen arrazoi nagusia. Ez dugu nahi egoera psikologiko larrian dauden gazteak, merezi duten arreta eta laguntzarik gabe gelditzea.

Arazo mentalak dituzten gazteak eta ongizatea bilatzen dutenak dira ukituko ditugun segmentuak negozio eredu honekin. Segmentazioaren barruan, segmentazio psikografikoan oinarritzen da gure negozioa. Aktibitatea, izaera, interesak edota portaerak aztertzen dituen segmentazio esparrua da. Segmentazio psikografikoak, bizimodua eta baloreen arteko faktoreak eta harremanak bilatzen ditu eta haiek eratzen dituzten aldaketak edo pentsatzeko moduei erreparatzen die.

Gehien jorratuko ditugun gaiak hauek dira: antsietate-nahasmendua; depresioa; elikaduraren nahasmenduak; fobiak; TDAH; nahasmendu bipolarra eta nortasunaren nahasmendua, gaur egun gazteen artean ohikoenak baitira. Baina, hala ere, arazo gehiagotarako zerbitzuak izango ditugu, baita gurasoen orientazioa eta familia-terapiak landuz, familei laguntza eta babes emozionala emateko prest gaude. Guraso eta seme-alaben arteko terapiak ere eskuragarri egongo dira.

Horretarako, psikologo bat kontratatuko dugu. Aukera zabalei esker, edozein ikaslek jo dezake kontsultetara. Kalitatezko zerbitzuari begira, ordu eta erdiko sesio dinamikoak eskaintzen ditugu.

Gure enpresak eskaintzen duen zerbitzuaren merkatu segmentazio mota segmentatutako merkatuan sartzen da, hau da, behar eta arazo zertxobait ezberdinak dituzten merkatu-segmentuak bereizten dituen negozio-eredua da. Soilik gaztetzako izandakoa ere, hainbat arazo ezberdinekin lan egiten dugulako. Gure bezeroak segmentatzen ditugu. Honi esker, zerbitzu pertsonalizatuagoak eskaini ahal izango ditugu, bezeroen beharren arabera.