

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatua segmentatzeko estrategiaren helburua da konpainiek ondo ezagutzea zer ezaugarri dituen jendeak produktu edo zerbitzu bat kontsumitzerakoan. Horrela, benetan behar dutena eskaini ahal izango diete. Beraz, merkatu batzuetan zentratzea dute helburu enpresek, merkatu desberdinetan apuntatzen saiatu beharrean.

Gure bidaietako bezeroek, hau da, gure xede- publikoa, 15-18 urteko gazteak izango dira. Batez ere, DBH 4 eta Batxilergoko 2.mailako ikasleak.

Gure bidaiak, nerabe horietako askok lagunekin joan izaten duten bidaiak dira, baina ez dakite nola, gure agentziak lana erraztuko diete, eta prezio egoki bat lortuko genieke, haien beharrei azetzeko. **Smile** agentziarekin harremanetan jarriko dira, eta eroslearen beharren arabera, diseinatuko dugu gure negozio eredu, eroslea asebetetzeko eta gure zerbitzuarekin gustura egoteko. Prozesu hau egiteko, telefonoz, agentziaren web orritik, edo agentzia fisikotik egin daiteke.



Agentzia hau ez da beste edozein agentzia bezalakoa, gure zerbitzuak Euskal Herri osoan eskaini beharrean, Espainia osoko ikastetxe guztiei aukera ematen diegu esperientzia bakar eta ahaztezin hau gurekin bizitzeko. Bidaiak penintsula barnean egin litzakete, baita Europa guztian zehar. Espainia osoan eskaintzen diogun zerbitzuek ez digute guri bakarrik mesede egiten, baita ikas bidaian joan nahi duten nerabe guztiei ere.



Hainbat merkatu mota daude, bezeroaren arabera segmentazio mota desberdinak egongo dira. Gure negozioari gehien egokitzen zaion merkatua **merkatu-nitxoa** da. Merkatu honetan bezero oso zehatzak eta berezituak aukeratzen ditugulako, hau da, soilik 15-18 urteko gazteek. Balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurrira diseinatuak egon behar dira.