

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Alkohol Free enpresak proposatzen duen produktua aurrera atera ahal izateko, bezeroak izatea derrigorrezko kontzeptua da, horiek barik enpresak ezin izango baitu merkatuan denbora luzez iraun.

Enpresa batek produktu bat ateratzerakoan, bezero talde bakarra edo hainbat talde egotea gerta daiteke. Gure kasuan, merkaturatuko dugun produktua kotxeetan instalatuta datorren pieza batenez, soilik autoa duten pertsonak erabili ahal izango dute. Zehatzago esanda adin txikikoek ezin izango dute produktua erabili, kotxea eduki ezin dutelako; hori dela eta, publiko orokor bati bideratutakoa da, baina publiko horren barruan soilik 18 urte gorakoentzat mugatzen da.

Bestalde, merkatu-mota desberdinak daude, bezeroen segmentazioaren arabera. Horren arabera, gure produktua publiko guztiarentzat bideratuta dagoenez, merkatu masibo batera bideratuta dago.

Gainera, eskaintza berezi bat egingo da alkoholarekin erlazionatutako arazoak dituzten kontsumitzaileentzat; haien segurtasuna bermatzeko eta alkohola edateagatik sor daitezken errepide-istripuak murrizteko. Pertsona horiei, beraz, prezio berezi bat egingo zaie, eta kolaborazioak egingo dira alkohola kontsumitzen duten pertsonak dauden elkarte desberdinekin. Horrela, bertan dauden pertsonak kontuan hartuko dira eskaintza bideratzeko.

