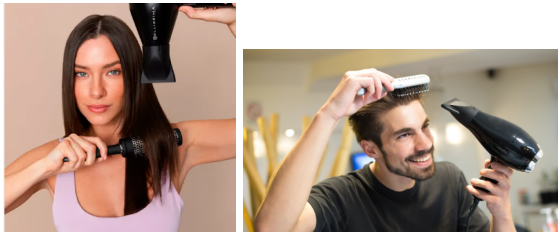


MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Guk proposatutako produktua egunerokoan ilea asko garbitzen duten pertsoneri zuzenduta dago, izan ere, gailu honek ilea lehortzeaz gain ilea denbora bat lehortzen pasatzen duten pertsoneri zuzenduta dago musikaren helburua hori baita, denbora hori dibertigarriagoa egitea. Egia da, ile lehorgailuak askotan emakumeei zuzenduta egoten direla orokorrean ile luze eta asko duten pertsonak direlako. Baina guk honako produktu gizon eta emakumeei zuzentzea erabaki dugu inor baztertuta ez sentitzeko, izan ere, honako ile lehorgailu hau ahalik eta pertsona gehienek erabiltzea nahi dugu.

Hau kontuan hartuta, merkatuaren segmentazioari dagokionez, segmentazio demografikoaz baliatuko gara, kasu honetan generoa, izan ere, biei zuzenduko diegu baina modu ezberdin batean. Horretarako erabiliko dugun estrategia berezituia izango da, segmentu ezberdinetako partaideei era ezberdinean zuzenduko zaie. Hau egiteko, ile lehorgailu honen publizitatea emakumeentzat eta gizonentzat ezberdina izango da, emakumeei emakume batean irudia jartzen zuzenduko gara beraiek identifikatuak sentiarazteko eta gizonetan berdina egingo dugu.



Gure bezeroek, berritasuna eta erabilerraztasuna bilatzen dutela identifika dezakegu. Gure produktua beraientzat errentagarria izatea. Horregatik ezinbestekoa izango da gure produktuaren kalitate ahalik eta onena bermatzea. Gure produktua kalitatekoa izango denez, prezioari dagokionez esan beharra dago prezio altuak ordaintzeko prest egongo direla gure bezeroak. Ile lehorgailu arrunt bat nahi dutenek, prezio merkeago batean lor dezakete baina gure produktu berritzailea eskuratu nahi dutenek, benetan behar dutelako erosiko dute, eta beraz, prezioa ez da oztopo bat izango beraien bidean.

