

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure enpresaren xede-bezeroa zehaztuko dugu atal honetan; produktua zein bezero motari zuzenduta dagoen.

Gure produktua, gehienbat sozio-ekonomikoki erdi-mailatik goran dauden pertsonentzak (gazteak, helduak, adinduak,...) bideratua egongo da. Hain zuzen ere, bezero garrantzitsuena ekonomikoki maila altuko jendearentzat izango da; produktua ez da bizitzeko beharrezkoa, hau da, bigarren mailako behar bat da,



ordulari modernoak gustuko duten jendearentzat baizik (diru-arazoak dituen jendearentzat ez da ezinbesteko produktu bat).

Erdi-mailako jendeari ere bideratua badago (ez dauka eskuetatik joaten den prezioa) baina erosle nagusiak jende dirudunagoa, hau da, ekonomikoki maila altuago bat dutena izango dela espero dugu.

Produktua mundu osoan saldu ahal izango da, bidalketak internazionalak izango dira eta hilabetean bitan egingo dira, hau da 15 egunero. Lehenengo bidalketa hilabetearen 1ean egingo da, eta bigarrena hilak 15ean.

Gainera, produktua unisexa denez, edonorentzat bideratuta dago. Bai gazteei bai nagusiagoak direnentzat ere dago zuzenduta. Bestalde, helduagoak diren pertsonentzat ere, oso erabilgarria izan daiteke. Izan ere, gure produktuak bihotz-taupaden maiztasunaren neurketa egiten du eta beraz, edozein arazoren aurrean, erraz detektatuko luke.

Horrez gain, kirolariak diren pertsonentzat dago zuzenduta gehienbat. Produktuaren prezioa, 85€ dira Espainian, beraz, eskuragarritasuna murriztua izango da. Gainera, produktua kanpora esportatzean, bere prezioa 95€ izatera igarotzen da, eskuratzeko aukerak gehiago gutxituz.

