

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA:

Badakigu, bezeroak direla edozein negozio-ereduaren funtsa, haiak gabe ezin baitu enpresa batek luzaro iraun. Merkatuaren segmentazioaren barruan hainbat mota bereizi ditzakegu eta gure kasuan, gure bezeroak merkatu-nitxoaren segmentuan daude, bezero oso zehatzak eta berezitutak direlako. Gainera gure bezeroak antzerako beharrak dituzte eta modu berean antzerako arazoak. Hemen, balorezko proposamenak, banaka kanalak eta bezeroarekiko harremanak hartzailearen neurrira diseinatuak daude.

Perfil bat nagusitzen da gure bezeroen artean; nerabeak eta gazteak izango lirateke. Hauen beharrak modu egoki batean asetzeko, hamazazpi urte inguruko gazteak taldekatuko ditugu hauek ezaugarri komunak dituztelako. Badakigu, adin honetan independenteagoak izaten hasten direla; hala nola, batzuk unibertsitatera joango dira, beste batzuk lanean hasiko dira... Horregatik, haien bizitzak antolatzen eta kudeatzen hasi beharko dira, etorkizunari begira. Normalean, hauek bizimodu berri hau hasteko eta aurrera eramateko, diru sarrerak behar dituzte eta geroz eta zailagoa egiten hari da egoera hau. Izan ere, edozein lanetan ibiltzeko esperientzia minimo bat eskatzen dute eta nerabe gehienak ez dute hau betetzen. Beste alde batetik, ez dute ia denborarik lan batean aritzeko, azken finean, ikasketek bizitzen ordu gehienak kentzen diete. Hauen bizitza ikasketetan oinarritzen denez, aisialdia, lana, sozializatzeko garaia... bigarren plano batean uzten dute, haien denbora eta gustuko ekintzak baloratu gabe. Horregatik, gure aplikazioa erabiliz, arazo honi amaiera bat ematen diogu.