

# MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Bezeroak dira negozio-ereduaren funtsa, haiek gabe ezin duelako enpresa batek luzaro iraun. Gure kasuan, gure xede-publikoa moda gustuko dutenak eta arropa erosterakoan zailtasunak aurkitzen dituztenak dira. Gure produktuak haietzako salduko ditugu norbanakoen ongizatea sustatzeko asmoz eta beti bakoitzaren beharrak kontuan hartuta.

Gure enpresan hainbat bezero-talde daude eta beren ezaugarri komunetan oinarrituta taldekatu ditugu bere beharrak hobeto asetzeko. Honela laburbil daitezke kolektibo horren ezaugarriak: umeak, nerabeak, pertsona gazteak, gurasoak, adineko pertsonak, eta moda eta inguruneko jasankortasuna baloratzen dutenak.

Dena kontuan hartuta, gure negozioa nitxo osatutako merkatua izango litzateke, hau da, orokorrean pertsona guztientzako zuzenduta dago. Nitxo-motako merkatuetan, lehiakortasun-faktorea ez da nagusiki prezioa, aukera bikainak eskaintzen baitituzte beren ekoizpen-gaitasunetara hobeto egokitzeko, eta prezioaz bestelako lehiakortasun-faktoreak erabiltzeko aukera ematen diete, lehiakideetatik bereizteko. Gure enpresaren kasuan, alde hori gure produktuen kalitatean nabaritutako litzateke.