

Merkatuaren segmentazioa

Merkatuaren segmentazioa, enpresa batek duen ustezko bezeroak dira, hau da, beraien produktuak edo salmentak saltzeko zuzentzen den taldea. Hau finkatzen saiatuko gara atal honetan.

Gure produktuak itsasotik lortzen ditugun plastikoetatik lortzen ditugunez, ezin izango ditugu kantitate handiko eskariak estali. Honen eraginez, enpresa handi, multinazional edo material kantitate handi bati ezin izango diogu erantzun. Arrazoi honegatik, gure enpresa, negozio txikietan (hasi berriak, arrakasta handirik gabekoak, langile gutxikoak...) finkatu beharko ginateke, hilabeteko beraien beharrak asetu ahal izateko. Enpresa txiki hauei hainbat gauza eskaini ahal izango dizkiegu: material kalitate egokia, prezio egokituak (produktuak lortzeko asko ordaindu behar izan ez dugunez gure produktuak merke saldu ditzakegu) eta hilabetero produktu desberdinak eskatzeko aukera.

Gure produktuak erosiko dituzten bezeroak hainbat ezaugarri izan ditzakete, izan ere, ez gara produktu jakin batean zentratzen, baizik eta askotariko produktu berritzaileak eginez, hainbat behar asetzeko aukera izango dugu.

LABURBILDUZ: Merkatuaren segmentazio bezala, enpresa txikiak, eskaintza handiak behar ez dituztenak izango lirateke, baita produktu eskaerak etengabe aldatzen dituztenak ere.