

1. Bezeroan segmentazioa:

Abiapuntua eskaintzen dugun produktu edo zerbitzuarekin balioa nori sortuko diogun jakitea da. Segmentu bakoitzerako, gure bezeroak nortzuk diren jakin behar dugu (zer egiten duten, zer baloratzen duten, zer bilatzen duten, zer sentitzen duten, etab.).

Gure produktua ez dago zuzenki segmentu bati zuzenduta, baizik eta balkoia duten famili edo bezero guztiei dago zuzenduta, hau da, ia biztanleria osoa gutxienezko nitxo batzuk ezik. Balkoia duten jendeak, normalean lorontziak izaten ditu haien balkoiak apaintzeko eta horrela gure zerbitzuaren bitartez, haien loreak autoreztatu egingo litzateke.

Beste alde batetik, ingurumenarekin eta munduko naturarekin arduratzen diren jendeari zuzenduta baitago, zeren guk aurkezten dugun zerbitzuak uraren eta argiaren erabilpena bermatzen du (eguzki izpi eta euriaren bitartez). Gainera, gero eta jende gehiago sentsibilizatzen da klima aldaketarekin, eta horrela zerikusirik handia du gure enpresarekin.



