

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA



Atal honetan, gure bezero potentziala zein den eta bere ezaugarriak aipatuko ditugu, horien artean, zaletasunak, egoera ekonomikoa, hizkuntza ezagutzak, adin tartearak, teknologiarekiko onarpena, familia...

Gure produktuaren bezero baten ezaugarri nagusia bere herrialdetik kanpo sarritan joatea da, bai bidaiengatik baita lanarengatik ere. Ezaugarri nagusia hau dela esan daiteke, gure

produktua beste hizkuntza bat hitz egiten duten pertsonekin komunikatzeko pentsatuta dagoelako. Beraz, erabilera gehien emango zaion unea hizkuntza desberdin bat hitz egiten den lurraldeetara joatean izango da. Honi esker ez diogu garrantzia handirik ematen nongoak diren gure bezeroak batezere munduko hizkuntza ofizial guztiak ditugulako.



Bidaiariaren kasuetan zaletasunaz gain, ahalmena edukitzea garrantzitsua da, izan ere, edonori gustatzen zaio bidaiatzea baina agian ez dute sarritan egiteko ahalmen ekonomikoa. Ondorioz, gure produktua egoera ekonomiko egoki bat duten horientzat zuzenduta egongo da.

Pisu nabarmena duen beste faktore bat hizkuntzen ezagutza da, izan ere, hizkuntza ugari dakizkien pertsona batek ez du edukiko gailu hau erabiltzeko beharra, ondorioz ez du erosiko. Baina ingelesez ez dakiten pertsonak behar handiago izango dute, ingeleza ia mundu guztian hitz egiten delako, eta horrela ingelesez ez dakitenek behintzat Europa eta Amerika guztian komunikatzeko aukera izango dute.

Horrez gain, gure bezeroen beste ezaugarri bat adin tartea da. Hainbat faktore baloratu ondoren, gure bezero potentzialaren adin tartea 20 eta 40 urteen artekoa dela uste dugu. Hau ondorioztatu dugu, adin tarte honetan dauden pertsonen artean,



ohikoena soldata bat edukitzea delako, seme-alabak ez edukitzeaz gain. Bigarren hau garrantzitsua da, izan ere, seme-alabaren bat edukitzeak asko baldintzatzen du bidaiatzeko ahalmena, kostuen igoera eta denbora librearen jeitsiera dela eta. Hala ere, 40 eta 60 urteko adin tartearen barne dauden pertsonak, gure bezeroak izan daitezkeela uste dugu, baina kopuru txikiagotan. Hau, lehen esan bezela, seme-alaben ondorioz gerta daiteke, izan ere, adin horrekin arruntagoa da jada

familia bat osatu izana. 60 urtetik aurrerako biztanleak ez ditugu kontuan izan, beraien adina dela eta bidaiatzeko zailtasun handiagoak edukiko dituztelako, hala ere, horien artean bidaiatzen jarraituko duen kopuru txiki bat dagoela badakigu.

Adin tarte hau aukeratu izanaren beste arrazoi bat, teknologiarekiko onarpena da, izan ere, orokorrean, pertsona gazteek teknologiarekiko onarpen handiagoa dute. Onarpenaz gain, erabiltzeko eta ulertzeko erraztasun handiagoa dute pertsona adindu batekin alderatuta. Hau dela eta, 60 urtetik aurrerako pertsonak gure bezero potentzial bezala kontuan ez izatea pentsatu dugu.

