

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Hainbat segmentazio mota daude alde batetik merkatu masiboa, talde honetan antzerako arazo eta beharrak dituzten kontsumitzaileen talde handia aurkitzen da. Merkatu-nitxoa oso bezero zehatzak eta bereiztuak dituen segmentua da. Segmentatutako merkatuaren arabera, behar eta arazo zertxobait ezberdinak dituzten merkatu-segmentuak bereizten dituzten negozio-ereduak dira. Dibertsifikatutako merkatuak, oso bestelako produktuak eskaintzen dizkiete zeharo ezberdinak diren eta elkarren artean loturarik ez duten bezeroen segmentuei. Azkenik, plataforma edota merkatu aldeaniztunak, ezberdinak baina bata bestearen mendekoak diren erabiltzaile-segmentuak negozio-eredu beraren pean lotzea dute oinarri.

Bezeroak ez direnez nitxo baten parte, eta zati handi baten parte direnez, merkatuaren segmentazioa masiboa izango da. Horregatik, bezeroak ez dira oso zehatzak izan behar, bakarrik kirola egiteko ohitura izan behar dute. Horrela posible izango da hauek produktua nahi izatea. Horregatik aukera handiagoa egongo da zintzilbutil saltzeko.

Gaur egun, jende ugari egiten du kirola eta hau oso aberasgarria da produktuaren arrakastarako. Pertsonak txiki-txikitatik hasten dira kirola praktikatzeko edota aloña mendiko talde baten jolasten, esaterako, futboleko, saskibaloian edota eskubaloian. Kirol hauek guztiak praktikatzeko dituzten pertsonak ez dute inolako arazorik produktua erosteko. Hauei ezagutaraztea izango da arazo bakarra baina arazo hau kiroldegiak konponduko du.



Gainera, negu garaian arrakasta handiagoa izango du produktuak, zeren eta, urtarriletik aurrera jende asko hasten da kiroldegian eta gimnasioan, beraz, zenbat eta jende gehiago, orduan eta leku gutxiago egongo da jende guztiaren botilentzat, ondorioz, ezinbestez erosi beharko dute zintzilbutil eta lehen aipatutako bezala, segmentazio masiboa da horregatik bezeroak, ez du zertan zehatza izan behar, beraz esan daiteke edonork atera dakiokela probetxua.

