

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure bezero segmentuak funtsezko bi talde hartzen ditu: Zara eta Stradivarius bezalako modako denda liderrak, eta merkataritza eta gizarte inguruneetan komunikatzeko irtenbide eraginkorra bilatzen duten pertsona gor mutuak.

Moda-dendetarako:

Moda-denda ezagunekin zuzenean lan egiten dugu, bezero gor mutuen erosketa-esperientzia hobetzeko tresna berritzaile bat eskainiz. Gure proposamenak balio esanguratsua gehitzen du komunikazio eraginkorra eskaintzean, bere establezimenduetan giro inklusiboagoa sortuz. Denda lider horiekin lankidetzan aritzeak gure teknologiaren kalitatea baliozkotzeaz gain, irisgarritasunarekiko eta aukera-berdintasunarekiko konpromisoa indartzen du.

Pertsona gor mutuentzat:

Gure irtenbidea pertsona gor mutuen behar espezifikoak asetzeko diseinatuta dago, eguneroko bizitzan komunikatzeko modu berritzaile eta eraginkorra eskainiz. Bitarteko bat ematen diegu galderak egiteko eta berehalako erantzunak jasotzeko, zeinu-mintzairaren bidez, merkataritza-inguruneetan eta gizarte-inguruneetan duten elkarreragina hobetuz. Segmentu horretan zentratzen garenean, gizarteratzen eta komunikazio-oztopoak ezabatzen laguntzen dugu aktiboki, pertsona gor mutuei hainbat testuingurutan bete-betean parte hartzeko aukera emanez.

Oro har, funtsezko bi segmentu horietan dugun ikuspegiak erakusten digu zubi bat eraiki nahi dugula berrikuntza teknologikoaren eta moda-denden eta mutu gorren behar praktikoen artean, eta, horrela, aldaketa positiboa sustatu nahi dugu, bai enpresen arloan, bai gizartean.

