



2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure enpresa "Flass" **mugikortasun urriko pertsonentzat, adinekoentzat eta herriaren kanpoaldean bizi direnentzat egokitutako kotxe elektrikoen zerbitzuetan espezializatzen da**. Publiko objektibo horri zerbitzu bereziak emango dizkiogu; adibidez, adineko batek erosketak egin eta gure zerbitzuak erabiltzen baditu, gure langileek lagunduko dute, adibidez, erosketa etxera eramaten. Horregatik, gure publikoaren ezaugarri bat da klima-aldaketari buruz jabetzea eta ecofriendly zerbitzuak erabiltzeko prest egotea. (Hasteko, gure zerbitzuak Enkarterri osorako egongo dira eskuragarri)

Hemen hobeto azalduko ditugu gure segmentazioen ezaugarriak:

1) Mugikortasun murriztuaren araberako segmentazioa:

- Ezintasun fisikoak edo mugikortasun murriztua duten pertsonak.

2) Adinaren araberako segmentazioa:

- Adinekoak eta hirugarren adinekoak.
- Garraio-zerbitzu egokituak behar dituzten erretiratuak.
- Adineko pertsonen mugikortasunarekin kezkatuta dauden senideak.

3) Segmentazio geografikoa:

- Herriaren kanpoaldean edo inguruko eremuetan bizi direnak.
- Garraio publikoa mugatua den eremuak.
- Mugikortasun-premia espezifikoak dituzten urrutiko komunitateak.

4) Inklusioarekin eta ingurumenarekin kezkatuta dauden erkidegoak:

- Pertsona eta talde komunitarioek garraio-irtenbide inklusiboak eta gutxiago kutsatzen dutenak bilatzen dituzte.

Segmentazio horri esker, Sarbide Mugikorrek bere zerbitzuak, tarifak eta marketin-estrategiak egokitu ahal izango lituzke talde bakoitzaren behar espezifikoak asetzeko, eta, horrela, garraio-zerbitzu eraginkorragoa eta bezeroarengan zentratuagoa eskainiko luke.



Bezeroen segmentazioaren arabera, gure merkatu mota **Nitxoz osatutako merkatua** da, merkatu-segmentu txikiago eta espezifikoago batean zentratzen garelako, kontsumitzaile talde jakin baten beharrei erantzunez. Enpresak bere produktuak edo zerbitzuak egokitzen ditu nitxo espezifiko horren eskaerei erantzuteko.