

JANASKE

2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatu segmentazioa ematen da irizpide desberdinengatik:

1- **Irizpide Geografikoa:** Bezeroak Durangaldekoak baita arratiakoak izango dira. Durangaldekoek gure Zornotzako Janaske empresara joan ahal izateko, hiru autobus alokatuko ditugu egunero (Autobusa orduro pasatuko da, autobusak haien artean banatuko dituzte zein herritara joan eta zein ordutan)

2- **Irizpide Demografikoa:** Ez dugu izango irizpide demografikoak, gure bezeroak adin guztiko jendea izango direlako. Gure enpresaren helburua adin guztiko jendeari laguntzea da, hau da, janaria ematea.

3. **Irizpide Sozioekonomikoa:** Eragina oso handia izango du, pertsonen ezaugarriak. Egoera txarrean dagoen perstonak dira.

Nitxoen merkatu bat izango litzateke gure proiektua. Gure merkatua bezero mota berdinentzat zuzenduta dago, hau da, egoera zaugarrietan dauden pertsonentzat. Bezero-segmentu oso espezifikoak da, publiko oso zehatz eta ongi bereizi bati zuzentzen zaiona. Hemen, balio-proposamenak, banaketa-kanalek eta harremanek bezeroaren neurria diseinatuta egon behar dute. Gure enpresan, egoera zaugarri baten dauden pertsonak izango ditugu eta gu haiei lagunduko diegu.