



MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Enpresa batek egoki funtzionatzeko eta irauteko bezeroak behar-beharrezkoak dira. Bitxolabelek sortutako produktuak hainbat bezero-taldeen kontsumorako baliagarriak dira. Lehenengo pausua bezero horiek identifikatzea da, eta horretarako enpatia mapa batzuk egin ditugu, gure enpresako bezero idealak aurkitzeko, eta gure produktuekin bat ez datozen profilak baztertzeko.

Gure bezeroak Euskal Herriko pertsonak izango dira, gure produktuak bertako dendetan zabalduko ditugulako hasieran, negozio berri bat delako eta poliki-poliki zabaldu behar dugulako. Arrakasta duenean ikusita, merkaturua zabalduko dugu herrialde osora.

Hasteko, herria gizartean dugun arazoaz kontzientziatu behar dugu, eta kontzientziatzen hasteko adin perfektua 6 urte inguru da. Adin horrekin, umeei klasean eta eskolan ikusten dutena erreferentzia bezala hartzen dute, eta haiek egiten dutenatik ikasten dute. Beraz, adin hau ideala da txikiei produktu jasagarri eta osasuntsu hauek kontsumitzearen ohitura barneratzeko, etorkizunean izan ditzaketen arazoei aurre egiteko. *Collins eta Vaskou*-k egindako ikerketak dio, hamaika urte bete arte haurrak irekiago azaltzen direla intsektuak jateko garaian. Ondorioz, haurtzaroa eta gaztaroa dira ohiturak aldatzeko garaiak, eta hortaz, gure bezero-talde bat izango dira. Gainera, gure produktuei buruzko informazioa sare sozialetan egongo da eskuragarri, eta gazteak dira gaur egun plataforma hauek gehien erabiltzen dituztenak.



Honez gain, gaur egun askok gero eta garrantzi gehiago ematen diote haien elikadurari eta osasunari. Asko kirolariak dira, gaur egun gero eta gehiago daude, eta hauentzat elikagai proteikoak kontsumitzea beharrezkoa da, haien entrenamendurako. Gure produktuak oso egokiak dira bezero-talde honentzako, proteinak lortzeko modu bat delako, ezagutzen ditugun ordezkoak, eta gainera ez hain astunak. Aurrean aipatutako ikerketan, helduen artean, kirol gehien egiten

dutenak eta proteinen kontsumoaz gehien arduratzen direnak gauza berriak probatzera irekiagoak direla esaten da.



Esan beharra daukagu adindunentzat gure produktuak onuragarriak izan daitezkeela, normalean proteinak behar dituztelako, energia behar dutelako, baina hauek ez dira gure bezero potentziala. Egia da hauen ohiturak aldatzea oso zaila dela eta gainera publizitate gehiena sare sozialen bidez egiten denez, informazioa ez dute hain erraz eskuratuko.

Intsektuen merkatua berria da gure herrialdean entomofagia "gaizki" ikusita dagoelako, hau da, gizakiek intsektuak jatea. Aldiz, merkatu hau gure herrialdetik kanpo badago eta bertan ohikoa da hauen kontsumoa. Bi mila milioi pertsona baino gehiagoren elikaduraren parte dira intsektuak, adibidez, Afrikan, Hego Amerikan, Asian eta Ozeanian. Gutako gehienok ez dugu intsektuen bidez egindako ezer probatu, oso gutxi daudelako, sektore honetan ezjakinak garelako eta hauen onuraz jabetzen ez garelako. Gure herrialdean ikusten ez dugun zerbait denez, ez dugu probatzen, izan ere, besteek gauza berriren bat egiten dutela ikusteak hori egitera bultzatzen gaitu, umetan batez ere. Honen ondorioz, haurrak hauek kontsumitzen haztea oso ondo datorkigu, txikitatik ohitura hori hartzeko eta haien elikaduran barneratzeko.