

Produktu honen kasuan, merkatuaren segmentazioa sektore ezberdinetan banatuko litzateke.

Lehenengoa segmentazio demografikoa izango litzateke, adinaren kasuan produktu hau 15 urtetik aurrera inoren laguntzarik gabe bizitzen jarraitu ahal izateko, hau da, zure osasunarekiko independentea izan daitekeen adinera arteko gazteei zuzenduta dago.

Generoaren kasuan, ez dago bereziki inori zuzenduta, edonori lagundu nahi dion produktua baita.

Bigarrena segmentazio psikografikoa izango litzateke, pertsonen bizimoduari zuzenduta dago, kasu honetan gure produktua osasun arazoak dituzten edo kirol munduan aritzen diren pertsonentzat izango litzateke.

Produktu hau medikuntza arloan ere erabil liteke gaixotasunen sendabide berriak bilatzeko esperimenduetan erabiltzeko.

Azkenik segmentazioa geografikoari lotuta, esan dezakegu gure bezero tasa handiena Estatu batuetatik atera genezakela baina Europa osotik eta Ameriketako herrialde batzuetaraino zabaldu genezake gure produktua.