



MERKATUEN SEGMENTAZIOA

Enpresa baten helburu nagusietako bat bezeroen beharretara egokitzea eta asetzea da. Merkatuaren segmentazioa lau motatan sailka daiteke:

- **Geografikoa.**

Gure produktua gimnasioentzako pisuak direnez, gimnasioen lokalak edo fitness komunitateak dituzten hiri edo herri inguruetan kokatuko gara, metalurgia-enpresa dentsitate handiko industria-eremuetan nagusiki.



- **Demografikoa.**

20-40 urte bitartekoentzako zuzendutako proiektua da, gimnasio-ekipamenduak bilatzen dituzten azken erabiltzaileak izan ohi direnak. Hauetaz gain, produktu jasagarrietan interesa duten enpresak, erosteko edo errentazeko aukera ere izango dute, hau da, polikiroldegiak, kirol-klubak eta abar.





- **Psikografikoa.**

Jasangarritasunarekin konprometituta dauden pertsonak eta enpresak (bezeroak) bilatzen ditugu, fitness zaleak eta kirolariak direnak hain zuzen.



- **Portaerazkoa.**

Kontsumitzaileen erosketetako jokabideetan oinarritzen da, hau da, bezero berri zein ohikoei deskontuak edo promozio bereziak eginez erakar ditzazkegu.



Hau guztia kontuan izanda, laburpen moduan esan dezakegu gure enpresa BIRPI-ri interesatzen zaizkion bezero nagusiak enpresak zein banakakoak direla dira. Jasangarritasun-balioekin bat datozen irudia eta produktuak bilatzen dituzten edota ekonomia zirkularra sustatzeko lankidetzak interesa izan dezaketen enpresak eta banakakoak interesantzen zaizkigu.