

Merkatuaren segmentazioa

Gure bezeroak heterogeneoak dira, baina badira hainbat ezaugarri komun dituzten pertsonak, eta horiek dira gure helburura gehien egokitzen direnak. Bezero hauen artean edozein generoko pertsonak daude, eta gure eskaintza publiko orokorrari zuzenduta dago, izan ere ez dago talde jakin bati mugatua. Hala ere, gure publikoak ezaugarri jakin batzuk dituzten bezeroak dira.

Gure bezeroek, oro har, errenta maila altua dute, hau da, erosi ahal izateko ahalmen ekonomiko handia dute. Horrek aukera ematen digu kalitate handiko produktuak eskaintzeko, bezeroek prezio altuagoak ordaintzeko prest baitaude. Bezero hauek, gainera, moda gustuko duten pertsonak dira; joera berrien jarraitzaileak dira, eta beti modan egon nahi dutenak. Horregatik, gure produktuak funtsezkoak dira haientzat, edozein egoeratan estiloa eta kalitatea mantentzeko aukera ematen dielako.

Bestalde, gure bezeroek ingurumena zaintzeko prest dauden pertsonak dira. Jasangarritasunarekin konprometitu daude eta ingurumenaren babesa lehentasun moduan hartzen dute. Hori dela eta, ingurumena errespetatzen duten materialen eta prozesuen bidez fabrikatutako produktuak bilatzen dituzte, eta gure marka horrelako balioak eta printzipioak eskaintzen ditu. Gure bezeroak, beraz, modaren eta ingurumenaren arteko oreka bilatzen duten pertsonak dira, eta horregatik, gure produktuek haien behar eta lehentasunak betetzen dituzte.

Gure bezeroen segmentazioa psikografikoa da, hau da, haien balioetan, interesetan eta bizi-estiloan oinarritzen da. Bezero psikografikoak ez dira bakarrik errenta edo adinaren arabera sailkatzen, baizik eta haien pentsatzeko erak, gustoak eta bizimoduak kontuan hartzen ditugu. Horrelako segmentazioak aukera ematen digu gure eskaintza ezartzeko eta gure produktuak zehatz-mehatz bezero bakoitzaren behar eta gustuetara egokitzeko.