



D R E S S L O O P

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Zeintzuk dira gure bezeroak?

Luxuzko gaiak alokatzen dituen gure enpresaren bezeroa, artikulu horiek erosteko aukerarik ez duela kontuan izanda, une berezietan erabiltzeko alokatzea erabakitzen duten pertsona da. Pertsona hori hainbat talde desberdinetakoa izan daiteke:

- **Profesional gazteak:** Beraien ibilbide profesionala eraikitzen ari diren eta diru-sarrera mugatua duten gazteak ezin dituzte luxuak permititu, baina lan-munduan estatusa lortzeko behar ahal dituzte. Orduan, luxuzko artikuluak alokatzeko aukera hartu dezakete.
- **Unibertsitateko ikasleak:** unibertsitatean dauden ekitaldi formaletan arropa formala eta kalitate onekoak behar dituzte, baina ez du merezi eta ezin dute erosi, orduan alokatzera jo dezakete.
- **Ekitaldi berezietan parte hartzen duten pertsonak:** unibertsitateko kasuan gertatzen den berdin, klase erdiko familiak batzuetan seme/alabeen edo laneko ekitaldietarako arropa ona behar dute, eta momentu puntualetarako ez dute diru askorik gastatu nahi, beraz arropa ona alokatzen dute.

- **Kontsumitzaile kontzienteak:** jasangarritasuna baloratzen duten eta beren ingurumen-aztarna murrizteko luxuzko produktuak alokatzea nahiago duten pertsonak dira.

Gure bezeroen ezaugarri komunak:

- Haien aurrekontuak **muga jakinak** dituen arren, luxuzko produktuen kalitatea eta estatusa baloratzen dute. Beste gastu garrantzitsuagoak direla eta, luxuzko artikuluen erosketa zailtzen zaie eta horregatik, alokairu aukera praktikoak bilatzen dituzte.

- **Aurrekontuen mugak:** finantza-murrizketek alokairua aukeratzera bultzatzen dituzte. Modaren eta joeren inguruko interesa ere handia dute.

-**Malgutasuna eta erosotasuna bilatzen dituzte**, luxuzko produktuak aldi baterako eskuratuz, konpromiso luzeak saihestuz. Horregatik, merkatu-segmentu honek aukera interesgarria eskaintzen du luxuzko artikuluen alokairuaren bidez eskaintzen dituzten enpresentzat, bezeroaren esperientzia, irisgarritasuna eta zerbitzu pertsonalizatua oinarritzat hartuz.

-Bezero batzuk leialagoak dira marka edo denda batean, eta beste batzuk, berriz, joera handiagoa izan dezakete **marka berriak** probatzeko.

Merkatu mota

Datu hauek guztiak kontuan izanda, gure merkatua merkatu segmentatua dela esan dezakegu. Merkatu mota honetan publikoa (marka edo enpresa batena) talde txikitan banatzen da, eta talde horietako kideek ezaugarri jakin batzuk partekatzen dituzte.