

BEZERO SEGMENTUAK

Gure produktua denontzat da, birziklatzen dutenentzat eta ez dutenentzat. Batzuentzat birziklapena eragozpen bat da, izan ere, askok ez dute birziklatzeko ahaleginik egin nahi edo besterik gabe alferrekoa dela uste dute. Horregatik hauek zaborra gure produktuan sartzean, ingurumenarekin jasangarriak izango dira eta birziklatzeko arazoak bukatuko dira.

Udaletxeari gure produktua erostea interesatzen zaio, azken hamarkadan zaborraren bilketa eta kudeaketa arazo bat izan delako. Gure zaborrontziak udaletxeari zaborra ahalik eta modu eraginkorrean kudeatzen ahalbidetuko du. Gainera gendeari lanik exigitu gabe (zaborra haiek banatzea) birziklatzen arituko dira zaborra geure prodiuktuan sartzean. Azkenik, udaletxea instituzio publiko bat denez aldaketa klimatikoaren ardura hartu behar du, gure produktuak klima aldaketa arintzen lagunduko du.

Gure produktua erabiliko dituen pertsonen beharren arabera sortu dugu gure enpresa. Segmentazio psikografikoan eta geografikoan zentratu gara, jaiotako lekuaren arabera kutsadura eta kutsaduraren inguruko kontzientziazio maila ezberdinak daude. Horregatik, nahiz eta gure enpresa herrialde guztientzat den, guk kutsadura altuko eta aldaketa klimatikoarekiko kontzientzia duten herrialdeetan zentratu gara. Bestalde, norberaren nortasuna, bizi-estiloa eta baloreak ere kontuan izan ditugu (segmentazio psikografikoa). Bi segmentazio hauen konbinaketarekin (bizi-estiloa eta jaiotako lekuaren arabera) segmentu txikiagoak lortuko ditugu eta beraingana zuzentzeko ezaugarri argiagoak lortu ditugu.

Gure estrategiari dagokionez, ez berezitua da. Gure bezeroak, herrialde desberdinetako udaletxeak eta enpresa pribatuak izango dira. Horregatik, gure produktua zuzentzeko modua, marketin plan berdinarekin izango da.