



MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatuaren segmentazioa gure bezero edo bezeroak definitzen datza, izan ere, haiek dira gure negozio edo proiektuaren jomugak. Horenbeste, bezeroen beharrianak hobeto asetzeko, ezinbestekoa da bezeroak ezaugarri komunak arabera sailkatzea: beharrianen edo ohituren arabera.

1. Talde hartzaile nagusia:

Proiektua gizarte-bazterketa jasateko edo iada arriskuan dauden familiei zuzenduta dago. Egoera sozioekonomikoa eta familiarra dela eta, egoera hobetzeko laguntza behar duten etxeetan jartzen du arreta.

2. Parte hartzeko betekizunak:

Laguntza benetan behar dutenei iritsiko zaiela bermatzeko, honako dokumentu hauek aurkeztea eskatzen zaie familiei:

- Justifikazio ekonomikoa: Diru-sarreraren egiaztagiri bat eman beharko dute, egoera ekonomikoa ebaluatzeko eta laguntza behar dutela baieztatzeko. Bakoitzaren egoeraren arabera emango zaie laguntza.

-

- Familia-justifikazioa: Familiaren osaera deskribatzen duen dokumentazioa aurkeztu behar da, eta, hala badagokio, ahultasun-egoera gehigarriak, hala nola guraso bakarra izatea, kideren batekiko mendekotasuna, besteak beste.

3. Adin-estaldura:

Proiektu honek ez du adin murrizketarik ezartzen onuradunentzat. Bizitzako etapa guztietako kideak dituzten familientzat irekita dago, haurrentzat eta adinekoentzat, kontuan hartuta ahultasunak eragina izan dezakeela familia bateko edozein adin-taldetan. Arroparen bila fisikoki etortzeko adinekoa izan behar zara edo adineko pertsona batekin etorri behar zara.

4. Beste faktore batzuk:

Onurak lortzeari lehentasuna eman behar bazaio, faktore gehigarri hauek har daitezke kontuan (lehentasuna izango dute faktore hauek betetzen dituzten pertsonak):

- Arrisku-inguruneetan (landa- edo hiri-inguruneetan) kokatutako familiak.
- Familia migratzaileak edo desgaitasun edo gaixotasunen bat duten kideak dituztenak.

