



2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Merkatuaren segmentazioaren arabera, gure kasuan merkatu **segmentatu** bat bilatzen dugu. Eskolak eta aisialdiko elkarteak publiko nagusi bezalakoetan fokua jarri omen dugu.

Alde batetik, eskolak jolasak hezkuntza-material gisa erabiltzeko interesa izan dezakete eta gaur egun asko erabiltzen ez diren jolasak berreskuratzeko aukera bezala ikusi dezakete egungo txikien artean. Bestalde, aisialdiko elkarteek, berriz, denbora librean entretenimendurako eta sozializaziorako tresna gisa erabili ahal dituzte.

Segmentazio honek aukera ematen du produktuaren ezaugarriak publikoaren beharretara egokitzeko, balio handiagoa eskainiz.

Hortaz, J.ALAI-ren xede-bezeroa eskoletan edo aisialdi elkarteetan kit-a erabil dezaketen haurrak dira. Adin-tartea 6 eta 14 urte tartean kokatu dezakegu. Izan ere, kit barruan dauden jokoen arabera adin-tartea sailkatzea ere garrantzitsua da.

ADIN - TARTEA		
6-8 URTE	9-12 URTE	13-14 URTE
Jokoak: partxisa, antzararen jokoa eta konekta lau. Ikasteko errazak dira, oinarritzko trebetasun motorrak garatzen laguntzen dute eta horrez gain, arau sinpleak ulertzen bultzatzen dute ere.	Jokoak: dama, dominoa eta mikadoa. Estrategia landuagoak eta trebetasun handiagoa eskatzen dute, adin-tarte honen garapen kognitiboarekin bat eginez.	Jokoak: xakea eta hitz eta pitz. Plangintza estrategikoa eta pentsamendu azkarra eskatzen dituzte, erronka konplexuagoak bilatzen dituzten nerabeentzako aproposak izanik.