



GRAND BOT – PROTECT OUR FUTURE

2- BALOREZKO SEGMENTAZIOA

Gure balorezko segmentazioaren helburuak hirutan dauzkagu zatiuta.

Lehenik eta behin, **adineko jendea** daukagu berri ere. Etxean edota egoitzetan bizi direnentzat eta eguneroko zainketa behar dutenentzat (elikadura, higie, oheratzea, etab.). Gero, **familia eta senitartekoak** ditugu. Guraso edo aiton-amonentzat zaintzeko beharra duten baina horretarako denbora edo baliabiderik ez dutenentzat. Azkenik, **egoitza eta zaintza zentroak**: Langileen lan-karga murrizteko eta zerbitzuaren kalitatea hobetzea nahi duten erakundeentzako.



Helburu hauek lortzeko asmoa dela eta, merkatu demografikoa ere analizatu behar izan dugu, hiru parametro edota alde jorratuz. **Adina** bada lehen alde, azken finean alde batetik 65 urtetik gorako pertsonak (erabiltzaile nagusiak) dauzkagulako eta bestetik 30-60 urte bitartekoak (familiako erabakitzaileak), honek gauzak asko aldatzen baititu.

Kokapenak ere badu bere garrantzia, herrialde garatuak edo zahartze demografiko handia duten eskualdeak. Izango zirelako gure “enfokea” jartzeko tokiak. Bukatzeko, **errenta maila** da azken zatia. Batez besteko errenta edo handiagoa duten familia edo pertsonak, etxeko zaintza teknologikoan inbertitzeko prest daudenak.

Balorezko segmentazio honetako azken segmentua **segmentu geografikoa** izango litzateke. Honen sakabanaketa bitan dago eginda. Alde batetik **hiri handiak eta hiriguneak** oso garrantzitsuak dira, denok dakigunez zaintza zerbitzuen eskari handia eta teknologia berritzaileen erabilera gehiago sustatzen diren lekuak. Bestetik, **landa eremuak dauzkagu**, zaintza zerbitzuetara iristeko zailtasunak dituzten eremuak non teknologia-soluzioek aukera berriak eskain ditzaketen.



GB