

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

SmartMouthGuarda kontaktu kirolak praktikatzen dutenentzat baina bere burmuiraren minak minimizatu nahi dutenentzat dago zuzenduta.

Bezere gehienak gimnasioak izango dira non kirol hau praktikatzen den, horrez gain edozein kiroletarako erabili ahal da non kolpeak egon litekeen buruan. i9 SmartMouthGuard produktuak erabiltzaileentzako segurtasun eta osasun arazoak konpontzen ditu, batez ere kirolari eta entrenamendu-intentsitate altuko jardueretan parte hartzen dutenentzat.

Hortz-babes arruntak ez bezala, SmartMouthGuard-ek teknologia aurreratua du eta kirolarien egoera fisikoa eta osasun-baldintzak kontrolatzen ditu, hala nola, bihotz-taupadak, arnasketaren erritmoa eta, kasu batzuetan, deshidratazio maila ere.

Proiektuaren izaera berritzailea hainbat faktoretan oinarritzen da:

Vitoria-Gasteiz, merkatu-eskaintza segmentatzeko hainbat estrategia erabil daitezke, kontsumitzailearen profila hobeto ulertzeko eta produktuak edo zerbitzuak behar espezifikoak egokitzeko. Hona hemen segmentazioen azalpen hobeak:

Lehenik eta behin, **segmentazio demografikoa** kontuan hartuta, produktu hau gazte eta heldu aktiboak bideratu behar zaie. Gazteen kasuan (16-30 urte bitartekoak), teknologian eta kirolean interesa dutenak bereziki nabarmentzen dira. Helduek, berriz, ahozko osasuna eta errendimendu fisikoa mantentzea baloratzen dute (31-50 urte bitartean). Gainera, generoari dagokionez, diseinu eta komunikazioan aldaketak egin daitezke, kontuan hartuta gizonek eta emakumeek eragin ezberdina izan dezaketela gailuaren erabileran. Diru-sarrerei dagokienez, produktu honek diru-sarrera ertainak edo altuak dituzten kontsumitzaileak erakartzeko aukera izan dezake, berrikuntza teknologikoan inbertitzeko prest daudenak baitira.

Segmentazio psikografikoaren aldetik, Vitoria-Gasteizen kirol jarduerak maiz praktikatzen dituzten pertsona aktiboak nabarmentzen dira, hala nola kontaktuko kirolean (boxeo, errugbia edo MMA) aritzen direnak. Bestalde, osasun-monitorizazioaren inguruan interesa duten pertsonak gailu honen erabiltzaile potentzialak dira. Garrantzitsua da segurtasunarekin, lesioen prebentzioarekin eta ongizate pertsonalarekin zerikusia duten balioak azpimarratzea. Halaber, teknologia eramangarriaren eta kirol-errendimenduaren arteko lotura interesgarria izan daiteke profil hauek erakartzeko.

Hirian dagoen **segmentazio geografikoari** erreparatuta, Vitoria-Gasteiz kirol-jardueretik zaletasun handiko kokaleku aproposa da. Kontaktuzko kirolek eta intentsitate handiko kirol-ekintzek oinarri garrantzitsua dute bertan. Halaber, wearable teknologien adopzioa gorantz doa, eta, klima leuna izanik, gailu hau urte osoan erabilgarria izan daiteke.

Azkenik, **segmentazio teknologikoari** dagokionez, produktu honek bi ildo nagusi bereiz ditzake. Alde batetik, premium bertsioa, funtzio aurreratuagoak eta zehaztasun handiagoa behar duten atleta profesionalentzat; bestetik, estandar bertsioa, kirolari amateurrentzat eskuragarriagoa. Horrez gain, gailuak erabiltzaileari segurtasuna eta kirol-errendimendua hobetzen laguntzen diola azaltzeko hezkuntza-kanpainak garrantzitsuak dira. Lankidetzak

estrategikoak ere oso baliagarriak izan daitezke: Vitoria-Gasteizen, kirol-klubekin edo gimnasioekin elkarlanean aritzea edo tokiko influencer-ekin sare sozialetan presentzia indartzea aukera bikaina izan daiteke.

Segmentazio-estrategia hau egokituz gero, Vitoria-Gasteizen merkatu potentzialari zuzendutako ikuspegi eraginkorra lor daiteke, kontsumitzaileen behar eta interesetara hobeto moldatuz.