

## 2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

**Produktua** aztertu ondoren, hiru erosle talde nagusi daudela ikusi dugu.

Hasteko, beraientzat pentsatuta dago produktua, hau da, kirolariak.

Baita ere, eguneroko bizitzan mina edo mugikortasun arazoak dituzten pertsonak izango dira bezero nagusiak.

Azkenik kirolean adituak diren fisioak produktua erosteko interesa izango dute.

Adina: Adin konkretua egongo da hau erabiltzeko, 17 urte baino gehiago dituzten gazte kirolariek erabili dezakete baina baita ere, pertsona helduentzat, artikulazio eta muskuluen arazoak prebenitzeko eta pertsona nagusiak mugikortasun arazoak dituztenak arazo horiek konpontzen saiatzeko eta lesio berriak aurreikusteko.

Maila sozioekonomikoa: Produktua, ez da oso garestia izango maila ekonomiko erdi-altua duten pertsonentzat.

Produktu honen, bezero nagusia kirolariak izango dira eta baita ere, kirolarekin zerikusia duten fisioterapeuta. Produktua, beraientzat dago zuzendua batez ere, izan ere, kirolariek izaten dituzte lesio gehien sufritzeko arriskua eta produktuarekin posturak eta mugimenduak hobetuko dituzte lesio berriak ez sufritzeko.

Kirolariek aparte lesioak dituzten pertsonak erabili dezakete kinesioa bere eguneroko bizitzan. Lanean batez ere, mugimendu txarrak egiten badira postura horiek zuzendu ahalko dira eta pertsonak egunerokotasunean dituzten ohitura txarrak aldatu ahalko dituzte.

Azkenik, pertsona nagusiek ere izango dute produktuaren onurak disfrutatzeko ahalmena.

Adin horretan, gaztetan izan diren postura eta ohitura txar guztien minak agertu ohi dira eta nahiz eta horiek gazteagotan zuzendu behar diren, lesio berriak saihestu eta mugikortasun arazo batzuk konpondu ahalko dira.

