

AGENTEAK:

Bezeroen segmentua (proiektuaren ikuspegitik):

Bezeroen segmentua honako hau izango litzateke:

1. **Etxeko erabiltzaileak:** Sekadore hau etxean erabiltzeko asmoa duten pertsonak. Egon daitezke, adibidez, familien kideak, emakumeak edo gizonezkoak, bakoitzak bereziki isiltasuna edo zaratarik gabe musika entzutea nahi dutenak, aldian-aldian sekadorea erabiltzen dutenak.
2. **Musika edo entretenimendua maite dutenak:** Pertsonak, normalean musika entzuten dutenak edo podcast-ak eta bestelako edukia jokatzen dutenak. Hauek sekadorearekin erabiltzeko denbora bitartean, isiltasunaren eta musikaren arteko konbinazioa bilatzen dute.
3. **Bien eginkizunak betetzen dituzten pertsonak:** Gero eta ohikoagoa da jendea aldi berean zenbait eginkizun egitea, hala nola seka eta musika entzutea edo telefonoari erantzutea. Hori dela eta, sekadore isil bat bereziki erakargarria izango da multitarea egiten duten pertsonentzat.
4. **Zarataren aurka dagoen jendea:** Pertsona batzuk bereziki sentikorrak dira zarataren inguruan, eta ingurune lasai eta estresik gabean egon nahi dute. Sekadore isilak produktua "zaratarik gabe" erabiltzera bideratutako segmentu hau gogoratuko du.
5. **Berrikuntza eta teknologia bilatzen dutenak:** Teknologiaren inguruko berrikuntzak eta eraginkortasun handiko produktuak bilatzen dituzten pertsonak ere bezero potentzialak dira. Hauek, egon daitezke, proiektu honetako bezero idealak, sekadore isil bat erabiliz.

ROLA:

Arriskuak: Proiektuaren arriskuak identifikatzea garrantzitsua da. Sekadore isilaren kasuan, teknologiaren aurrerapenak eta inguruko araudiak aldaketak eragin ditzakete. Hala ere, nahiz eta teknologia berritzaileak izan, fabrikazio kostuak eta merkatuan sarrera zailtasunak egon daitezke, eta horrek proiektuaren arrakasta baldintzatu dezake.

Oinarriak: Proiektuaren oinarriak sendoak izan behar dira. Produktuaren funtzio nagusia zaratarik gabe egon behar da, eta erabiltzaileek musika edo bestelako edukia entzun dezakete. Gainera, merkatuaren beharrak eta bezeroen segmentuak identifikatu behar dira, hala nola, musika entzuten dutenak edo isiltasun bilatzen dutenak.

Lehiakortasuna: Sekadorearen merkatuan lehiakideak daude, baina zure produktuaren abantaila berezia izango da: isiltasuna. Lehiakortasuna aztertzeko, merkatuko beste sekadore isilak eta teknologia aurreratuak aztertu beharko dira.

Aurrerapena: Produktuak aukera handia du aurrera egiteko, baita teknologiaren eta erabiltzailearen beharrei erantzuteko. Sekadore isilaren eskaera gero eta handiagoa da, eta merkatuan arrakasta izan dezake.