

SEGMENTAZIOA

Merkatu Segmentazioa Hernanin dagoen hanburgueseriarentzat

Merkatua aztertu eta gero, AMIA bat sortu genuen gure ahuleziak (hanburgesen originaltasunean failatzea edo ideirik gabe geratzea), mehatxuak (hanburgeseria kate handiagoak), indarguneak (bezeroarekiko eta produktu gertutasuna) eta aukerak (modan dauden dastaketa bideo biralak adbz) identifikatzeko.

1. Segmentazioa geografikoa

Tokiko publikoarentzat:

Hernani eta inguruko herrietan (Astigarraga, Urnieta, Andoain) kokatuta dauden bezeroei zuzendua. Tokian tokiko produktuak baloratzen dituzte eta haragia KM0 izateak haien arreta erakarriko du.

Hurbileko hiriak eta herriak:

Donostiako eta inguruko bisitariak erakartzeko aukera ere badugu, batez ere janari jasangarri eta autentikoa bilatzen dutenentzat.

2. Segmentazioa demografikoa

Adina:

- **Gazteak (18-30 urte):** Ikasleak eta lehen lanpostuak dituzten gazteak, zapo oneko eta etikoki arduratsuak diren aukerak nahi dituztenak.
- **Familia taldeak (30-50 urte):** Gurasoak, kalitatezko janaria bilatzen dutenak eta haurrak kontsumo jasangarriaren balioetan hezi nahi dituztenak.

3. Segmentazioa psikografikoa

Bizimodua:

- **Ingurumenarekiko arduratsuak:** Kontsumo lokalak ingurumenari egiten dion onura baloratzen duten bezeroak.

- **Foodie lokalak:** Gastronomia esperientzia autentiko eta bereziak bilatzen dituzten pertsonak.
- **Tradizio modernoak maite dituztenak:** Tokiko haragiaren tradizioa eskertzen dutenak, baina forma modernoago batean, hala nola hamburguesetan.

4. Segmentazioa Portaeraren arabera

Kontsumo ohiturak:

- **Hanburgueseriak askotan bisitatzen dituztenak:** hanburgueseriak gustuko dituzten pertsonak, baina zerbait berria nahi dutenak.
- **Tokiko produktuaren zaleak:** KM-0ko produktuak erosten dituzten pertsonak, eta filosofia hori beren bizitzako beste arlo batzuetara zabaltzeko nahi dutenak. Bertakotasunarekin konprometitutako pertsonak
- **Bisitariak eta turistak:** Donostialdeko bisitariak, bertako produktu bakarrak dastatu nahi dituztenak.

Gure bezero esteriotipoa segmentazioa egin ondoren hau izango litzateke:

- Hanburgesak gustatuko litzaiokeen eta gure filosofiarekin(km 0-ko haragia eta lekuko ingredienteak erabiltzea) bat egiten duen pertsona.
- Hernanitik urrun ez dagoen edo noiz behinka etorriko liratekeen bezeroa izango litzateke.
- 18-50 urteko pertsoa bat, nor lokalaren giroataz gozatuko lukeen edo eta familiareki lagunekin edo bakarrik etorriko litzatekeen pertsona bat izango litzateke.
- Noski turista izan ondoren hanburgesa baten esperientzia original eta atsegina bilatuko litzaken pertsona.
- Hanburgesa desberdinen dastaketaren esperientzia bilatuko lukieen pertsona.