

MERKATUAREN SEGMENTUA

1. Segmentazio demografikoa

- Heldu gazteak (18-35 urte): Beren osasunaz jabetzen diren eta teknologiarekin ohituta dauden pertsonak, dieta optimizatu nahi dutenak.
- Helduak (35-55 urte): Osasun arrazoiengatik, hala nola gaixotasun kronikoengatik, elikadura kontrolatu nahi duten pertsonak.



2. Segmentazio psikografikoa

- Interesak: Osasunean, ongizatean eta dieta espezifikoetan interesa duten pertsonak, hala nola begana, keto edo karbohidratoetan baxua, nutrizio-ingesta zehatz kontrolatu nahi dutenak.
- Jarrerak: kontsumitzen dutenaren gaineko zehaztasuna eta kontrola baloratzen duten kontsumitzaile teknologikoak eta beren osasunaren jakitun direnak.
- Bizimodua: Beraientzat eta seme-alabentzat konplikaziorik gabeko elikadura osasungarria bermatu nahi duten profesional okupatuak eta gurasoak.

3. Segmentazio geografikoa

- Hiriguneak: Hiri handiak non teknologia eskuragarriagoa den eta kontsumitzaileak prest dauden beren eguneroko bizitza hobetzeko gailu berritzaileak hartzeko.
- Nazioarteko merkatuak: Estatu Batuak, Europa eta Asia bezalako herrialdeak, non teknologia eta osasun digitalak eskaera handia duten.

