

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

• Zein da zure bezeroa? Zein dira bezero horien ezaugarriak?

Gure hortz-eskuila, 12 urte gorako bezeroentzat zuzenduta dago, adin horretan behin-betiko haginak guztiz azaleratzen direlako eta 12 urtetik aurrera, haurrek hobeto ulertzen dute hortz-higienearen garrantzia, eta arazo larriak detektatzen lagunduko dien gailu bat arreta dei diezaieke. Gainera haur nagusiek eta nagusiak interes handiagoa izaten dute teknologian, eta ezaugarri aurreratuak eskaintzen dituen eskuila elektriko bat erabiltzea motibatu ahal die, eta horrek hortzetako higiene-ohitura eraginkorragoak bultzatu ditzake. Horrez gain, eskuil hau aho osasuna zaindu nahi duten pertsonentzako aproposa da. Garestia izan arren eskuil hau eskuragarria izan daiteke erdi mailako ekonomia duten pertsonentzako, gainera epeetan ordaintzeko aukera egongo da.

Espanian, herritarren % 50,3k odontologoarengana joaten dira urtean behin gutxienez. Datu horrek adin guztietako pertsonak hartzen ditu barne, eta aho-hortzen miaketa erregularren garrantzia adierazten du aho-hortzetako osasun ona izateko.

Espanian, gutxi gorabehera, pertsonen % 42k erabiltzen dute hortzetako eskuila elektrikoa. Horrek esan nahi du populazioaren zati handi batek teknologia hau hartu duela ahoko higiena hobetzeko. Datu honekin jakin ahal dugu % 42 honetatik gehiengoa erosi ahalko dutela gure eskuila.

Hala ere, eskuil elektrikoa erabiltzen duten pertsonak eskuil honetan inbertitu dezakete haien dirua. Gure produktuaren kasuan, bezero hauek kalitate handiko produktu edo zerbitzuen bila dabiltzanak dira eta gehiago ordaintzeko prest daudenak.

Datu guzti hauekin jakin dezakegu gure eskuila zuzenduta dagoela pertsona horientzat gehienbat, hau da, portzentai hauek irudikatzen duten moduan pertsona talde horiek bere aho-osasuna zaindu nahi dute. Hau oso ona izango da gure eskuila saltzerako orduan.

PUBLIZITATEA:

Gure produktua merkatuan sartzeko eta gure bezeroen aho osasuna hobetzeko gogoekin gaude. Honetarako publizitatea oso garrantzitsua da. Produktu berritzaile hau publizitate-estrategia integral bat garatu dugu, honako hauek barnean hartzen dituenak:

- 1. Kanpainak sare sozialetan:** Instagram, Facebook eta TikTok bezalako plataformak erabiliko ditugu gure xede-publikoarengana iristeko. Eduki erakargarria eta hezitzailea sortuko dugu, gure eskuilak hortzetako arazoak larriak bihurtu aurretik

nola detekta ditzakeen erakusteko, bideoak, infografiak eta erabiltzaileen testigantzak erabiliz.

2. **Erakustaldiak:** Odontologiako kongresuetan ekitaldiak antolatuko ditugu, bezeroei eskuila erakusteko. Honekin lortu nahi duguna, aho osasuneko profesionalak
3. **Promozioak eta kaleratze-deskontuak:** Promozio bereziak eta deskontuak eskainiko dizkiegu lehen erosleei, kontsumitzaileei gure eskuila probatzeko eta beren esperientzia lagunekin eta senideekin partekatzeko.