

BEZERO SEGMENTUA

1. Nori saldu

SmartBrush makillaje-brotxak automatikoki garbitu eta lehortzen dituen produktu berritzaile bat da. Bere helburu nagusiak dira denbora aurrezte, higiene perfektua bermatzea eta makillaje-esperientzia erosoagoa egitea.

Produktu hau bi bezero-segmentu nagusiri zuzenduta dago:

Makillaje-profesionalak

Honako hauek barne hartzen dituzte:

- Makillaje artistak
- Estetika-zentroetako langileak
- Saloietako eta spa-etako profesionalak
- Beauty blogger / influencer-ak

Profesional hauen egunerokotasuna errutina intentsiboan oinarritzen da: egunean zehar bezero askori egiten diete makillajea, tresna garbiak behin eta berriz behar dituzte eta denbora aurrezteko moduak bila

- Brotxak eskuz garbitzea aspergarria, neketsua edo denbora askoa iruditzen zaienak

Talde honek osasuna eta higiena zaintzeko kontzientzia handia du: azaleko arazoak (aknea, narritadurak...) saihestu nahi dituzte eta horretarako tresna garbiak erabiltzea funtsezkoa da.

Gainera, prest daude produktu berritzaileak, erosoak eta estetikoki erakargarriak probatzeko.

tzen dituzte.

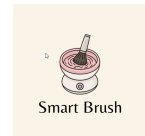
Gainera, higieneak eta garbitasunak garrantzi handia dute beren lanaren kalitatearentzat eta bezeroen azalaren osasunerako.

Profil hauek teknologia berriak erabiltzeko prest egoten dira, emaitza fidagarriak ematen badituzte eta lana errazten badute.

Eguneroko erabiltzaileak

Bigarren segmentu nagusia dira:

- Makillajea erabiltzen duten pertsona arruntak



- Sare sozialetarako edukiak egiten dituztenak

2. Bezero mota + Ezaugarriak

Bezero-talde bakoitzaren ezaugarriak zehaztuta:

1) Makillaje-profesionalak

Errutina eta beharrak

- Egun osoan lan egiten dute bezero ezberdinekin; erritmo azkarra eta tresna ugari erabiltzen dituzte.
- Brotxak maiz garbitu behar dituzte makillajeko pauso batetik bestera, beraz, denbora aurreztea funtsezkoa da.

Higienea eta irudi profesionala

- Garbitasun-maila altua behar dute euren lanaren kalitaterako.
- Makillaje-brotxa zikinek infekzioak, narritadurak edo azaleko arazoak sor ditzakete, eta profesionalek hori saihestu behar dute.

Teknologiarekiko jarrera

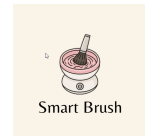
- Produktu berriak probatzeko prest daude.
- Baloratzen dute: fidagarritasuna, eraginkortasuna eta automatizazioa.

2) Eguneroko erabiltzaileak

Makillaje ohiturak

- Makillajea oso maiz erabiltzen dute: eguneroko lookak, jaiak, argazkiak, sare sozialak...
- Brotxak maiz zikintzen dira, baina ez dute garbitzeko behar adina denbora, pazientzia edo gogorik.

Higienearekiko kontzientzia



- Argi dakite brotxa zikinek aknea, narritadurak edo infekzio arinak sor ditzaketela.
- Horregatik, tresna garbi eta higienikoak erabiltzea oso garrantzitsua da haientzat.

Lehentasunak

- Produktu erosoak eta azkarrak nahi dituzte.
- Diseinu modernoak eta estetikoki erakargarriak gustuko dituzte.
- Berrikuntza teknologikoa probatzeko prest daude, baldin eta benetan erraztasuna ematen badie.

3. Segmentua zehaztu

SmartBrush-en segmentu nagusia da:

18 eta 60 urte bitarteko

- Makillaje-profesionalak + makillajea maiz erabiltzen duten pertsonak
- Beauty eta kosmetika sektoreko produktu berritzaileak eta erabili errazak bilatzen dituztenak

Bezeroak oro har:

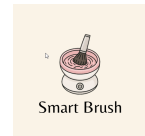
- Maila ekonomiko ertaina dute.
- Prest daude premium ukituko produktu batengatik gehiago ordaintzeko.
- Makillaje tresneriari kalitatea, higieena eta denbora-aurrezpena eskatzen diote.

4. Ingurune espezifikoa

SmartBrush beauty eta kosmetika sektorean kokatzen da. Honako ezaugarri hauek ditu:

Bezeroen joerak

- Kalitatea, erraztasuna, higieena eta automatizazioa baloratzen dituzte.
- Gero eta erabiltzaile gehiagok bilatzen dituzte produktu adimendunak edo teknologikoki aurreratuak.



Lehiakideak

Gaur egungo aukerak honako hauek dira:

- **Brotxak eskuz garbitzeko tresna sinpleak**
 - Silikonazko oinarriak
 - Eskuz igurzteko platerak
 - Garbiketa disko arruntak
- **Motor bibratzaile sinpleak, baina:**
 - EZ dute garbitu + lehortu prozesu automatikoa eskaintzen
 - Eraginkortasuna mugatua da
 - Eraitza ez da homogenea

SmartBrush-ek abantaila garbia du: garbiketa + lehortzea modu erabat automatikoan konbinatzen dituen premium teknologia.

Sare sozialen eragina

- Instagram, TikTok eta YouTube dira beauty produktuen salmenta-motor nagusiak.
- Influencer eta beauty blogger-en gomendioak erabakigarriak dira.
- SmartBrush bezalako produktu bisualak eta berritzaileak azkar hedatzen dira plataformetan.

Banaketa-kanalak

SmartBrush saltzeko kanal nagusiak:

- Online dendak (web propioa, Amazon, Sephora online, tik-tok shop...)
- Estetika-zentro espezializatuak
- Makeup denda fisikoak, non bezeroak produktua zuzenean ikusi, ukitu edo probatu dezakeen.