

2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Bezeroen segmentazioaren bidez, enpresa batek bere kontsumitzaileak kategoriatan espezifikatzen banatzen ditu, profilaren eta portaeraren arabera. Bezeroak hobeto ezagutzea eta haien beharrei erantzutea du helburu. Segmentatzeko, adina, generoa, interesak edo erosteko ohiturak bezalako irizpideak erabili daitezke, talde bakoitza identifikatzen laguntzen duten funtsezko galderetan oinarrituta.

Galea Vitae – Bezeroen Segmentazioa

Bezeroen segmentazioa Galea Vitae-ren merkaturatze-estrategiaren funtsezko zatia da. Helburua da produktua benetan behar duten eta balioztatuko duten pertsonak eta erakundeak identifikatzea, eta haien ezaugarri, interes eta portaeraren arabera taldekatzea.

Galea Vitae buruko lesioen arriskua jaso ahal duten pertsonen eta erakundeen zuzendua dago, prebentzioa eta segurtasuna eskaintzen baititu, baita informazio teknologikoa ere kolpeen ondorioak kontrolatzeko.

Gure produktua bi segmentu nagusitan identifikatu daiteke:

- **Enpresak:** kirol-klubak edota kirol dendak, eraikuntza-enpresak eta segurtasun-agentziak, beren langileen edo kideen segurtasuna bermatzeko produktu fidagarria da.
- **Pertsonak:** Kirolari profesionalak edo amateurak, txirrindulariak, moto-kros zaleak, patineteetan zein patinetan ibiltzen direntzako eta osasun-arrisku jakin bat duten pertsonak.

Bezeroen ezaugarri nagusiak hauek izango liratezke:

- **Adina:** Edozein adinerako balio du, segurtasuna bermatzeko balio baitu. Pertsona zahar batek erabili ahal du bizikletan ibiltzeko edo beste edozein pertsonak lan egiteko ere balio du.
- **Generoa:** Produktu unisexa da. Aldiz diseinu eta kolore pertsonalizagarriak egongo dira erosteko.
- **Interesak:** Segurtasuna, kirola.
- **Erosketa-ohiturak:** Kalitatezko eta teknologia aurreratuko produktuak bilatzen dituzten pertsonak, online erosketetan esperientzia duten jendea.

Bezero tipikoak hurrengo hauek dira:

- Kirolariak
 - Rugby
 - Txirrindularia
 - Futbol amerikarrerako
 - Ski zein snow
 - Surf
 - Kayak
 - Rafting
 - Hockey
 - Eskalada
 - Bajada de cañones
- profesionalak, semi-profesionalak, ez profesionalak...
- Eraikuntzako edo industria astuneko langileak.
- Segurtasuneko teknologia berrietan interesa duten osasun-arloko profesionalak.

Bezero garrantzitsuenak hauek dira

- Kirol-elkartek eta klub profesionalak: kantitate handiko erosketak egiteko ahalmena dute.
- Eraikuntza eta industria-sektoreko enpresak: langileen segurtasuna lehenesten duten erakundeak.
- Teknologia medikoan inbertitzen duten erakundeak: datuen jarraipena eta prebentzioan interesa dutenak.

Xede-merkatuaren tamaina

Merkatu potentziala zabala da, Europan eta nazioartean gero eta gehiago baitira buruko lesioen prebentzioan interesa duten erakunde eta pertsonak. Kirol-industria, eraikuntza eta segurtasun-sektorea hazten ari dira, eta horrek Galea Vitae-ren merkaturatze-aukerak handitzen ditu.

Aurreko guztia kontuan hartuta, gure produktua merkatu dibertsifikatura zuzendua egongo da hurrengo arrazoiengatik:

- Gure kaskoak hainbat gama edukiko dituelako.
- Hainbat kasko estilo egongo dira eskura.



BIBLIOGRAFIA:

- García,B.-Tena, D.-Bernabeu, M^a E.- López, C. (2025). Itinerario personal para la empleabilidad. TULIBRODEFP.
- STARTINNOVA plataformako materiala.
- <http://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- Logoa: <http://www.chatgpt.com>
- [Merkatu-segmentuak eta merkatu-segmentazioa | Gizapedia](#)