

## 2. MERKATU SEGMENTAZIOA

### Gure proiektuaren oinarria bezeroak dira.

Haien beharrak ulertzea eta haietara egokitzea da AdaptaBerri Proiektuak arrakasta izateko lehenengo baldintza. Horregatik, gure merkatu-estrategia bi segmentu nagusitan banatzen da:

### **B2C (familiei zuzendua) eta B2B (ikastetxe eta erakundeei zuzendua).**

Bi merkatu horiek desberdinak dira helburuetan, erosketa-moduan eta beharrianetan, baina produktu bakarra bi espazioetan erabil daiteke egokitzapen minimoekin, eta hori da gure proiektuaren eraginkortasunaren gakoa.



### 2.1. B2C MERKATUA – FAMILIAK (Business to Consumer)

#### Ezaugarriak

Erosketa indibiduala izaten da, unitate bakarrean edo kopuru txikian.

Gurasoek edo tutoreek erabakitzen dute, haurren beharren arabera.

Motibazio funtzionalak eta emozionalak uztartzen dira erosketa-erabakian.

- Estetika eta erabilgarritasuna funtsezkoak dira →

Diseinu garbia  
Kolare leunak  
Irakurketa errazteko  
elementuak.

#### Beharrak

Eduki egokituak, testu laburrekin eta egitura bisual sinplearekin.

Irakurmen eta arreta zailtasunak dituzten haurrentzat pentsatutako narrazioak eta ariketak.

Formatu malguak: bertsio fisikoa eta digitala (oraindik zehazteko).

Konfiantza ematen duten materialak, hezitzaileek diseinatuak, etxean modu autonomoan erabiltzeko.



# 2. MERKATU SEGMENTAZIOA

## 2.2. B2B MERKATUA – IKASTETXEAK ETA ERAKUNDEAK (Business to Business)

### Ezaugarriak

Hezkuntza-erakundeak, logopedia eta pedagogia zentroak, udal zerbitzuek eta antzeko agenteek osatzen dute segmentua.

Erosketak bolumen handiagoan egiten dira, erabilera sistematikoa bermatzeko.

Prezio-egitura aurrezki progresiboetan oinarritu daiteke.

Edukien koherentzia pedagogikoa eta jasagarritasuna funtsezkoak dira.

Material sendoa, errepikakorra eta denboran iraunkorra behar dute.

### Beharrak

Eduki egokituak hezkuntza-premia berezien esparruan sakontzeko.

Irakasle eta profesionalentzako gida osagarriak.

Formatu praktikoa →

A4 tamainako materiala:

Ipuinak

Jarduerak

Gida Didaktikoa

Administrazio-prozesu argiak: fakturazioa, paketatze profesionala eta banaketa garbia.

## 2.3. Segmentazio Estrategiaren Garrantzia

Bi merkatu hauetan zentratzeak aukera ematen du produktu bakarra erabiliz bi norabideetako inpaktua sortzeko. Ez da beharrezkoa edukia behin eta berriro diseinatzea; segmentu bakoitzak erabilera ezberdina egiten du, baina oinarri bera partekatzen dute.



## 2. MERKATU SEGMENTAZIOA

---

# BIBLIOGRAFIA

- SologoAI. (s. f.). AI logo generator — Generated logos.  
SologoAI.<https://www.sologo.ai/ai-logo-generator/generated>
- TuLibrodeFP. (s. f.). Inicio - TuLibrodeFP. Editorial  
TuLibro.[https://www.editorialtulibro.es/tulibrodefp/?utm\\_source](https://www.editorialtulibro.es/tulibrodefp/?utm_source)
- STARTinnova. (s. f.). STARTinnova — programa de emprendimiento.[https://araba.startinnova.com/estado\\_curso.php?idioma=es](https://araba.startinnova.com/estado_curso.php?idioma=es)
- International Dyslexia Association. (s. f.). Dyslexia basics.[https://dyslexiaida.org/dyslexia-basics/?utm\\_source=](https://dyslexiaida.org/dyslexia-basics/?utm_source=)
- Federación Española de Dislexia (FEDIS). (s. f.). Federación Española de Dislexia (FEDIS).[https://fedis.org/?utm\\_source](https://fedis.org/?utm_source)
- EDGAR — U.S. Securities and Exchange Commission (SEC). (s. f.). EDGAR — Search and company filings [https://www.sec.gov/edgar/search/?utm\\_source=](https://www.sec.gov/edgar/search/?utm_source=)

