

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure proiektuaren publikoa zehazteko, gimnasioetara joaten den jendea segmentatu dugu eta aztertu dugu zein talderi zuzentzea den egokiena:

- Lehenik, gure produktua batez ere **gimnasioan berriak diren pertsonentzat** da, askotan ez dakitelako zer ariketa egin, nola antolatu entrenamenduak edo nola erabili makinak. Hauek dira orientazio gehien behar dutenak, eta gure zerbitzua beraientzat oso lagungarria izan daiteke.
- Bestalde, **gazteak** ere gure publiko garrantzitsua da, normalean gimnasioetan aktiboenak direlako eta aplikazio edo tresna digitalen erabileran eroso sentitzen direlako. Askotan motibazioa bilatzen dute, eta entrenamendu gidatu batek asko lagun diezaieke.
- Horrez gain, helburu zehatzak dituzten **gimnasiozaleak** ere kontuan hartzen ditugu, adibidez pisua galtzea, muskuluak handitzea edo errendimendua hobetzea bilatzen dutenak. Jende honek plan pertsonalizatuagoak behar izaten dituzte eta gure sistema horretarako ere egokia da.

Nahiz eta adin guztietako pertsonak erabili ahal izan, gure **arreta gehiena jarri dugu hasiberrietan, gazteetan eta helburu argiak dituzten erabiltzaileetan**, hauek direlako orientazio eta jarraipen gehien behar dituztenak. Zerbitzu hori menu pertsonalizatuekin batera osatzen dugu. Horrela, gure produktua erabilgarria izango zaie motibazioa handitzeko eta gimnasioan nola aritu jakiteko.

