

MERKATU SEGMENTAZIOA

bezero potentziala pertsona mota zabal bat da, baina bereziki adinekoak dira gure zerbitzua gehien behar dutenak. Agure askok zailtasun handiak dituzte garraiatzeko: askotan bakarrik bizi dira, ez dute gidatzeko ahalmenik, mugikortasun arazoak dituzte, eta ospitalera edo bestelako zerbitzuetara joateko distantzia ugari egin behar izaten dituzte. Taxiak gehienetan oso garestiak dira haientzat, eta garraio publikoa, gainera, deserosoa eta zaila izaten da. Horregatik, gure zerbitzuak aukera merke, eroso eta hurbila eskainiko die, eta gainera, bidaietan beste pertsona batzuk ezagutzeko aukera ere izango du.

Bestalde, gure bezeroak ez dira soilik adinekoak izango. Gaur egun hirietara sartzeko murrizketek eragin zuzena dute B motako ibilgailuen jabeengan, zeinek ezin duten erdialdera sartu. Hauek ere gure bezero izan daitezke, beraientzat garraio alternatibo eroso baina. Era berean, kotxerik ez duten pertsonak, ezin dutenak gidatu (itsuak edo bestelako desgaitasunak dituztenak), eta hiri handietatik urrun bizi diren pertsonak ere gure zerbitzuaren erabiltzaile naturalak izango dira.

Bezeroak segmentatzeko, hainbat irizpide erabiliko ditugu. Irizpide demografikoan, adinaren arabera bereiziko ditugu bezeroak: adinekoek zailtasun handiagoak dituzte eta gure aplikazioa bereziki haientzat egokituko dugu. Irizpide geografikoan, hirietatik urrun bizi diren pertsonak sartuko ditugu, garraio aukera gutxiago dituztelako eta gure zerbitzua laguntza handia izan daitekeelako haientzat. Azkenik, errenta mailaren arabera segmentazioa egingo dugu: errenta baxuagoa duten pertsonak sarri ezin dute taxi garestietara jo, eta gainera, B motako autoak dituzten askok hirirako sarbide murrizketak pairatzen dituzte; horregatik, gure aukera ekonomikoa eta erabilgarria izango da haientzat.

Horrela, gure zerbitzua bezero talde desberdinei zuzenduta dago, baina guztiek dute komunean garraiatzeko zailtasunen bat eta aukera merke eta eroso baten beharra.

