

MERKATUEN SEGMENTAZIOA

Bezeroak edozein negozio-ereduren funtsa dira. Guk hori dakigu, eta kontutan izan dugu gure ideia pentsatu aurretik. Gainera gure antzeko gazteentzat lan egingo genuke, eta, gazteak izanda eta gazteez inguratuta bizita, gure ideia beharrezkoa eta eskatua dela ziurtatzen dugu.

Hala ere, datuez hitz egiten badugu, batxilergoko 1. mailako 3.000 ikasleri egindako 2021eko Unibertsitate Joeren XVI. Inkestaren arabera, % 75ek baino gehiagok onartzen du beren ikastetxeetan jasotako orientazio-informazioa ez dela nahikoa izan eta erabakia hartzeko "tresna gehiago" izatea gustatuko litzaiekeela. Gainera, Unibertsitate Ministerioak argitaratutako "19-20 Espainiako Unibertsitate Sistemaren Zifren eta Datuen Txostena" ren azken datuen arabera, unibertsitate-gradu bat hasten duten ikasleen % 33,9k ez du amaitzen, eta % 12,3k karreraz aldatzen du, eta agerian uzten du ikasleek ez dutela informaziorik unibertsitate-gradu bat aukeratu aurretik.

Euskadin, Unitourren ikerketa zahar batek erakutsi zuen euskal ikasleen % 78k zalantza egiten zuela bi aukera edo gehiagoren artean unibertsitate-gradua aukeratzeko, eta Batxilergoko 2. mailako euskal ikasleen % 22k soilik badaki zein gradu aukeratzeko duen. Datu hori apur bat zaharra da (2014), baina adierazten du duela urte batzuk ere ikasleek zalantza argiak zituztela bere hautaketaren inguruan. Litekeena da egoera oso bestelakoa ez izatea gaur egun, titulazioen gorakada handia eta ondo aukeratzeko presioa direla eta.

Honekin, gure gizartean, bereziki gazteen artean, graduaren hautaketa egiteko laguntzaren benetako beharra dagoela argi ikusten da, hau da, baditugula bezero potentzialak oraingoz. Gure merkatua segmentu estu batek mugatzen badu ere, beharrezkoa da.

Gure bezeroei dagokionez, profil zehatza dugula esan dezakegu: 15 eta 18 urteen artean dituzten gazteak. Espainiako edo nazioarteko edozein ikasle izan daiteke berez, nahiz eta badakigun normalean Euskal Herriko unibertsitateetara joaten diren ikasleen gehiengoa euskaldunak direla.

Adin gehiagoko pertsonen parte hartu dezaketen arren, ez dago zalantzarik gehien nabarmenduko litzatekeen profila aipatutakoa dela, izan ere, hori da pertsonen gradu bat ikasten duten bizitzako unerik arruntena.

Beraz, merkatuez hitz egitean, ezin dugu esan merkatu segmentatua dugunik guztiz, ez dagoelako segmentu zehatz ugaririk, baina bai guztiz eta bete-betean, arreta jartzeko dugun bezero segmentu handi bat dagoela.