

BEZEROEN SEGMENTAZIOA - KULTUR-MIX

Nor da gure bezeroa?

Kultur Mixen bezero nagusia Euskal Herriko gazteak dira, bereziki 16 urtetik gorakoak eta kultura desberdinetakoak. Gazte hauek ingurune desberdinetan bizi dira eta interesa dute beste kulturen inguruan harremanetan jartzeko, elkar ezagutzeko eta gizartean integratzeko. Horrez gain, bezero izan daitezke gazte-elkarteak, ikastetxeak edo udalak, kulturartekotasuna sustatzeko tresna bilatzen dutenak.

Gure bezeroak parte-hartzea, elkarlana eta esperientzia praktikoak baloratzen dituzte. Teknologia erabiltzen ohituta daude eta erronka eta jarduera dinamikoetan parte hartzea gustuko dute.

Gazte hauek normalean ikastetxeetan, gaztelekuetan edo komunitateko espazioetan parte hartzen dute eta beste kultura batzuetako lagunak egiteko aukera bilatzen dute. Kultur Mix aplikazioaren bidez ez dute soilik harremanak sortzen, baita beste kultura batzuen ohiturak eta tradizioak modu praktiko eta parte-hartzailean ikasten dituzte.

Bezeroen ezaugarriak

Gure bezeroek ezaugarri hauek dituzte:

- Euskal Herrian bizi diren gazteak
- 16 urtetik gorakoak
- Kultura desberdinetako pertsonak edo kultura-aniztasunarekin harremana dutenak
- Beste kulturekiko interesa eta jakin-mina dutenak
- Mugikorra eta aplikazioak erabiltzen ohituta daudenak
- Jarduera sozialak, erronkak eta taldeko dinamikak gustuko dituztenak
- Gizarte-integrazioa eta errespetua baloratzen dutenak
- Taldean lan egitea eta esperientzia berriak partekatzea gustuko dutenak
- Ekintza praktikoetan eta komunitateko espazioetan parte hartzeko prest daudenak

Bezero-segmentuak

Kultur Mixek **merkatu segmentatua** du. Bezeroek antzeko beharrak dituzte baina talde ezberdinetan banatzen dira, interesa eta helburu desberdinak kontuan hartuta.

1. Gazteak (bezero nagusiak)

- 16 eta 25 urte bitarteko gazteak
- Kultura desberdinetako
- Lagunak egin eta beste kulturei buruz ikasi nahi dutenak
- Erronka eta jarduera parte-hartzaileetan interesa dutenak
- Ikastetxeetan edo komunitatean parte hartzeko interesa dutenak

2. Erakundeak eta elkarteak (bezero instituzionalak)

- Ikastetxeak, institutuak eta unibertsitateak
- Gazte-elkarteak eta kultur-elkarteak
- Udalak edo gizarte-erakundeak
- Kulturartekotasuna eta elkarbizitza sustatzeko baliabideak behar dituztenak

Segmentu bakoitzak behar eta helburu desberdinak ditu, baina denak gizarte-integrazioa sustatzeko interesa partekatzen dute.

Zergatik merkatu segmentatua?

Ez gara merkatu masibo batera zuzentzen, ezta oso nitxo zehatz batera ere. Gure bezeroak talde jakin bat dira, antzeko ezaugarriak dituzten gazteak, eta horiei erantzuteko sortu da Kultur Mix. Segmentazio honek aukera ematen digu aplikazioa gazteen beharretara egokitzea, jarduerak prestatzea eta parte-hartzea maximizatzea.