

Merkatuaren segmentazioa:

Hasieran, ze bezero mota izango genituen pentsatzen hasi ginenean gure produktua erabiliko duten bi talde bereizi genituen: Euskal Herriko ekintza kulturalen berri izateko erabiliko dutenak, honetan nahiz eta adin guztietarako izan, hauen artean talde desberdinak sailkatuko ditugu, adinaren arabera eta euskaldunen eta turistaren artean, eta bigarren taldean haien jaialdiei, kontzertuei edo ekintzei publizitatea egin nahi dioten enpresek edo udalek.

Lehen aipatu dugun bezala, aplikazioak adin guztietarako izango da. Baina arabera da adinean zehazki erabiltzaileenak, haien interesak desberdinak izango dira, horren ondorioz adin bakoitzerako ekintza jakin batzuk gomendatuko dizkiegu. Gazteentzat, jende berria ezagutzeko ekintzak eta haien aisialdian planak egiteko, kontzertuetara joateko, antzerkietara edo haien gustukoak diren jaialdietara joateko balioko die horrek. Helduentzat, haien bizilekuen inguruko haien intereseko kultura ekintzei buruzko informazioa jasotzeko eta erreserbak kudeatzeko eskainiko diegu. Familia osoarentzat, umeentzat eta helduentzat batzen dituen ekintzetara joateko edo umu oso txikientzako ekintzak haien gurasoekin joateko. Azkenik turistentzat erabilgarria izango da, Euskal Herriko kultura modu dibertigarriago batean ezagutzeko balio dietelako. Gainera, premium harpidetzarekin, funtzio berriak eta pertsonalizatuagoak izango ditu harpidetza hau ordaintzen dutenek. Hau da, adibidez, iragarpenik ez ditu ikusiko edo hainbat deskontu izango ditu, zenbaiterako sarrerak erostean.

Bigarren taldean, ekintzen antolatzaileak, aplikazioa erabili ahal dute haien ekintzei buruzko publizitatea emateko eta erakartzeko, iragarki erakargarriagoak jarrita, gure ideia kompartituz.

