

## **-MERKATUAREN SEGMENTAZIOA**

- **Zein da zure bezeroa?**

Edoizein herritarrek eros dezakete gure produktua, eta oro har beraien bizimodua eta osasunaren inguruan kezkatzen diren bezeroak izan ditzakegu. Gure segmentazioa ez da demografikoa (adinaren arabera egokitze ahalmena baitugu), ezta soziologikoa ere (oro har, edoizein errenta-maila duen herritarrak izango baitu zerbitzu hauek jasotzeko ahalmena). Aldiz, segmentazio geografiko (Donostian egoten den klimaren arabera produktua baita) eta psikografikoa egiten ditugula esan daiteke (bizi-estiloari oso lotutako gelak diseinatzeko baititugu).

- **Zein dira bezero horien ezaugarriak?**

Ez dute dirudunak izan beharrik, eta beraien osasunari garrantzi funtsa ematen diotenak izan behar dute, beraien bizi estiloaren arabera gelak adaptatu nahi dituzten bezeroak jasoko baititugu. Ekonomikoki ez dute zertan dirudunak izan beharrik, erabiltzen ditugun produktuen kostuak ez baitira oso garestiak (argiak, tenperatura girotuak, soinuaren kalitatea etab bermatzeko erabiltzen ditugun materialak bezero-mota guztientzat eskuragarriak izateaz kezkatzen baikara). Bestalde, gure bezeroei arreta esanguratsua ematen saiatuko gara, eta horregatik ezinbestekoa da bezeroek gurekin harreman estu bat izateko joera, kontaktuan egonik askoz ere modu errazagoan asetuko ditugulako bezeroaren nahi eta eskari guztiak. Aldiz, bezeroa itxia bada eta gurekiko duen konfiantza maila txikiagoa bada, guri ere askoz zailagoa egingo zaigu bere bizi-estiloa zehaztea, eta horrek zailtasunak eragin ditzake berak nahi duen gela-mota diseinatzeko garaian.