

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure gimnasioaren bezero mota Donostian bizi edo lan egiten duten pertsonak dira, osasuna, kirola eta bizimodu aktiboa zaintzen dituztenak. Bereziki, gimnasio batera erregularitasunez joateko prest dauden pertsonak dira gure bezero nagusiak, gure prezio ereduak (zenbat eta gehiago joan, orduan eta deskontu handiagoa) fidelizazioa bultzatzen duelako. Hiru lokal izango ditugu Donostian: Antiguan, Grosen eta Zentroan, bezeroei gertutasuna eta erosotasuna eskaintzeko.

Bezereen ezaugarri nagusien artean honako hauek daude: 16 eta 45 urte bitarteko pertsonak dira, Donostian bizi edo lan egiten dutenak, bizimodu aktiboa dutenak eta osasuna baloratzen dutenak. Prezio justuak eta malgutasuna bilatzen badituzte, eta gimnasioan maiz entrenatzeko motibazioa badute. Gainera, gertuko lokalak eta erabileraren arabera deskontuak oso positiboki baloratzen dituzte.

Gure negozioan bezero segmentu desberdinak bereizten dira, eta horregatik merkatu segmentatua dela esan daiteke. Lehenengo segmentua erabiltzaile erregularrek osatzen dute; astean 3 eta 5 aldiz gimnasia joaten diren pertsonak dira, prezioan aurrezte baloratzen dute eta gure deskontu sistematik onura handiena ateratzen dute. Bigarren segmentua erabiltzaile puntualek osatzen dute; astean 1 edo 2 aldiz edo noizean behin joaten dira, ordutegi malguak behar dituzte eta etorkizunean erabiltzaile erregular bihurtzeko aukera dute. Hirugarren segmentua ikasleek eta gazteek osatzen dute; prezioarekiko sentikorrak dira, gertuko lokal bat baloratzen dute eta ohitura hartzen badute bezero leial bihurtzen dira.

Merkatu motari dagokionez, gure gimnasioa merkatu segmentatu baten barruan kokatzen da. Bezero guztiek kirola eta osasuna interes komuntzat badute ere, erabilera, maiztasunaren arabera desberdintzen dira, eta gure prezio ereduak bezero mota bakoitzaren beharretara egokitzeko aukera ematen du. Horrela, bezeroek jasotzen duten balioa handitzen da eta enpresaren jasangarritasuna bermatzen da.