

MERKATU SEGMENTUAK

TIPOLOGÍA DE LA CLIENTELA :

Era berean, bezeroen talde desberdinak hartu behar dira kontuan produktu hau erosteko. Talde bakoitzak hainbat igurikimen, behar eta kontsumo-ohitura ditu.

- ➔ **BANAKETA** (Kontsumitzaile gehienak hiriguneetan eta hirigune erdi-urbanoetan bizi dira, eta erle-argizariak merkaturatzen dituzten establezimenduetarako sarbide errazagoa dute, hala nola supermerkatuetarako, tokiko dendetarako edo artisau-merkatuetarako. Gune horiek azpiegitura zabalagoa eta askotariko eskaintza komertziala dute, produktua zuzenean erostea errazten duena. Hala ere, bezero batzuk landa-eremuetan edo jenderik gabeko eremuetan ere egon daitezke, eta ezin dute garraiobiderik izan. Beraz, asmoa Online erosketara sustatzea da, Amazon, Wallapop, Vinted... orrialdeetan bezala. Produktuarentzako berezko garraioaren bidez produktua enkargatzeko aukera ematen duten produktuetan, ez da soilik estatuaren bidalketara mugatzen, produktua kontinentera irekita dago erosi nahi duten baina herrialdean bizi ez diren pertsonentzat, oraingoz Europara zabalduko da eta, ezagun eginez gero, planetako beste kontinente batzuetara bidaliko dira).
- ➔ **SEGMENTAZIO DEMOGRAFIKOA** (Edozein produktu saltzerakoan, kontuan hartu behar da hainbat pertsona-talderentzat izan daitekeela, adinaren, sexuaren, familiaren, arrazaren eta abarren arabera) Kasu honetan, produktu bat sustatzen ari gara, elikagai prozesatuak erle-argizariaren bidez kontserbatzeko. Beraz, adin guztiei zuzenduta badago, produktu hori, batez ere merkatua aztertu ondoren, adin ertaineko jendeak eta gazte helduek erosiko lukete, eta hori txikiengan eragin dezakete gurasoek. Produktu hori adin guztiei zuzenduta egon daiteke, espero den bezain planteamendu deigarria erabiliz gero. Kolore distiratsuak dira, horia eta laranjaondoak, esaterako, produktuaren packaging -ean erabiltzen dira).
- ➔ **Business to business (B2B,** Bezero talde honek beste enpreska izango dira eta ez kontsumo pertsona finala, honetan gure produktua saltzen dugu haien produktuaren onura eta irudi jasangarriagoa izateko, bezero talde honekin transakzio handienak izaten ditugu, marka famatu eta hadien irudian onura emanez, pertsonak produktua gehiago erosteko haien jasangarritasuna eta onura osasuntsuengatik)