



MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

ANOTHER LIVE aplikazioa 18 urtetik gorako pertsonentzat zuzenduta dago, gehienezko adin mugarik gabe. Adin muga hau enpresaren politikek eta erabiltzen diren ordainketa-sistemen baldintzek ezartzen dute (kreditu-txartelak edo kontu digitalak erabiltzea), baina, hala ere, aplikazioa erabilerraza da eta adin nagusiko erabiltzaile mota desberdinetara egokitzen da.

Eustaten (2023) datuen arabera, Euskadiko biztanleen %38k azken urtean bigarren eskuko produktuak erosi dituzte, eta joera hori gorantz doa. Horrek erakusten du gizarteak gero eta interes handiagoa duela kontsumo jasangarriaren eta berrerabilpenaren alde, eta testuinguru horretan kokatzen da ANOTHER LIVE proiektua.

Gure publiko aktibo nagusia 18 eta 30 urte bitarteko gazteak dira, sare sozialetan (Instagram, TikTok, Pinterest...) oso aktiboak direlako, aplikazio bidez erostera ohituta daudelako eta moda jasangarria, ingurumenaren zaintza eta gizartearekiko konpromisoa baloratzen dutelako. Gazte askok, gainera, euren kontsumoaren bidez eragin positiboa sortu nahi dute, eta horrek zuzenean lotzen du gure aplikazioaren balioekin.

Hala ere, gure helburua ez da segmentu horretara soilik mugatzea. ANOTHER LIVE aplikazioa 18 urtetik gorako edonork erabil dezake, eta beste adin-talde batzuegana ere iritsi nahi dugu. Besteak beste, etxetik aldatu diren pertsonak, objektu soberakinak dituzten familiak edo erabiltzen ez dituzten produktuak (adibidez, baxera bat, liburuak edo altzari txikiak) berrerabili nahi dituzten helduak ere gure bezero potentzialak dira. Profil horiek aukera ikusten dute aplikazioaren bidez objektu horiei bigarren bizitza bat emateko, aldi berean helburu solidario bati lagunduz.

Bezero profilaren barruan, bi erabiltzaile-mota nagusi bereizten dira: saltzailea eta eroslea. Saltzailea bere produktu propioak saldu nahi dituen pertsona da, baina ANOTHER LIVE aplikazioaren berezitasun nagusia da lortutako dirua ez dela norberarentzat, baizik eta kausa, solidario batera bideratzen dela, hala nola, GKE



batera edo ikerketa mediko batera. Horri esker, produktuek bigarren bizitza bat izateaz gain, gizartean eragin positiboa sortzen dute.

Eroslea, berriz, kontsumo arduratsua eta kontzientea egiten duen pertsona da. Badaki bere erosketaren bidez ez duela soilik produktu bat erosten, baizik eta laguntza zuzena ematen diola pertsona edo kolektibo bati, izan ere, ordainketa automatikoki aukeratutako kausa solidaria bideratzen da.

Laburbilduz, ANOTHER LIVEren bezeroak 18 urtetik gorako pertsona konprometituak dira, bai gazteak bai helduak, berrerabilpena, jasangarritasuna eta gizartearekiko elkartasuna balioesten dituztenak. Aplikazioak aukera ematen die profil desberdinei euren eguneroko kontsumoaren bidez eragin positiboa sortzeko, proiektuaren bideragarritasuna eta inpaktu soziala bermatuz.

Iturria:

Eustat (2023): *Kontsumo-ohiturei buruzko inkesta. Bigarren eskuko produktuen erosketa Euskadin.*