

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Berrizjolastu proiektuaren bezero nagusiak haurrak dituzten familiak dira, bereziki 0 eta 12 urte bitarteko seme-alabak dituztenak. Familia hauek jostailu asko pilatzen dituzte denborarekin, eta askotan egoera onean dauden arren, jostailu horiek zakarrontzian bukatzen dute edo ahaztuta geratzen dira. Gure bezeroek arduratsu jokatzeko duten pertsonak izan nahi dute, ingurumenaren zaintzarekin eta berrerabilpenarekin bat datozenak.

Halaber, errenta ertain edo ertain-baxuko familiak dira, jostailu berriak etengabe erostea ekonomikoki zaila egiten zaienak. Horientzat, Berrizjolastu dirua aurrezteko eta jostailuak modu jasangarrian berritzeko aukera bat da. Beste segmentu garrantzitsu bat dira guraso gazteak, ingurumenarekiko kontzientzia handia dutenak eta seme-alabei balio sozial eta ekologikoak irakatsi nahi dizkietenak.

1. Haurrak dituzten familiak: Familia hauek jostailu asko pilatzen dituzte eta gure bezerorik inportanteenak izan daitezke.
2. Erosle arduratsuak: Bigarren eskuko jostailuak bilatzen dituztenak, merkeagoak eta jasangarriak direlako.
3. Erakunde eta elkarte solidarioak: Jostailuak jasotzen edo banatzen dituzten entitate sozialak, ongintzako helburuetarako.

Erosketa prozesuan bi figura nagusi daude: alde batetik, ordaintzen duena (gurasoak edo tutoreak) eta, bestetik, erabiltzen duena (haurrak). Horrek esan nahi du gure komunikazio estrategia bi ikuspegitatik landu behar dela: familientzat aurrezpen eta ingurumen onura azpimarratuz, eta hurrei parte hartzeko eta jolasteko ilusioa piztuz.

Laburbilduz, Berrizjolastu haurrak, familiak eta komunitate solidarioak batzen dituen proiektua da. Gure merkatuaren segmentazioa 3 taldetan nabarmentzen da.