

Merkatu segmentazioa

Merkatua taldeka (segmentuka) aztertzen dugu, horrela gure aplikazioa publiko zehatz batera bideratzeko. 4 segmentu bereizi ditugu: demografikoa, geografikoa, psikografikoa eta portaerazkoa.

Laburpena: GuztiGune-ren segmentu nagusia

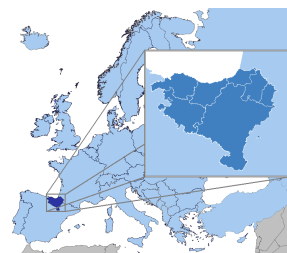
Gure bezeroak dendak izango dira, eta erabiltzaileak tokiko erosle digital arduratsuak, 18 eta 50 urte bitartekoak, teknologiaz baliatzen direnak eta inguruko dendei lagundu nahi dietenak, erosketak modu eroso, azkar eta jasangarrian eginez.

1. Segmentazio demografikoa

- **Adina:** 18–50 urte bitarteko erabiltzaileak.
 - Berezi: gazteak eta heldu gazteak, teknologiarekin ohituta daudenak.
- **Generoa:** bi generoak berdin, ez dago bereizketa handirik (hau da, %50-%50)
- **Diru-sarrerara maila:** ertainak eta ertain-altuak; erosketak egiteko gaitasuna duten pertsonak, baina prezioak konparatzea gustatzen zaienak.
- **Lanbidea:** ikasleak (%30) , profesionalak (%50) eta familientzat erosketak egiten dituzten pertsonak (%20).

2. Segmentazio geografikoa

- **Kokalekua:** Hasieran Euskadin soilik (Bilbo, Donostia, Gasteiz...).
- **Helburua:** tokiko merkataritza sustatzea, beraz erabiltzaileak eta dendak tokian tokiko komunitateetan daude.
- **Hedapen potentziala:** aplikazioa beste autonomia-erkidegoetara edo hiri txikiagoetara ere zabal daiteke.



3. Segmentazio psikografikoa

- **Balioak eta jarrerak:**

- Tokiko ekonomiaren aldekoak, bertako dendak babestu nahi dituztenak.
- Iraunkortasunarekiko sentikorrak, ingurumenaren eragina murriztu nahi dutenak.
- Komunitatearen parte izan nahi dutenak, ez soilik kontsumitzaile hutsak.

- **Bizimodua:** aktiboak, informatuak eta teknologiaz baliatzen diren erosle moderno eta arduratsuak.

4. Segmentazio portaerazkoa

- **Motibazioa:** erosketak azkar eta modu erosoan egitea, baina bertako dendei lagunduz.
- **Bilatzen dutena:**
 - Prezio lehiakorrak.
 - Produktua berehala eskuratzea (ez bidalketa luzeak).
 - Konfiantza eta gardentasuna (denda errealei lotuta egotea).
- Erosketa ohiturak: online eta offline konbinatzen dituzte → “phygital” bezeroak (fisikoa + digitala).