

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Gure produktuaren xede-bezeroa nahiko zehatza da, baina aldi berean zabala izan daiteke. Lehenik eta behin, edari hotzak kontsumitzen dituzten pertsonak dira gure bezero nagusiak, bereziki freskagarriak, zukuak edo edari alkoholikoak hartzen dituztenak. Adinari dagokionez, batez ere gazte eta heldu gazteei zuzenduta dago, gutxi gorabehera 16 eta 40 urte bitartekoei.

Bezero horien ezaugarri nagusietako bat ingurumenarekiko kontzientzia da. Plastikozko pajiten erabilera murriztu nahi duten pertsonak dira, produktu berrerabilgarriak eta jasangarriak baloratzen dituztenak. Gainera, berrikuntza eta diseinu originala gustuko duten bezeroak dira, eta ohiko produktuetatik desberdinak diren soluzioak bilatzen dituzte.

Merkatu mota merkatu segmentatua dela esan daiteke. Ez da merkatu masiboa, produktu oso zehatz bat delako, baina ez da nitxo oso itxia ere. Segmentu nagusi batzuk bereiz daitezke: etxean edari hotzak kontsumitzen dituzten pertsonak, taberna edo jaialdietara joaten diren gazteak, eta baita bidaiariak edo kanpo-jarduerak egiten dituztenak ere.

Segmentazio hau justifikatuta dago, bezero guztiek behar komun bat dutelako: edaria hotz mantentzea zaporea aldatu gabe. Hala ere, motibazio desberdinak egon daitezke: batzuk erosotasunagatik, beste batzuk ingurumenagatik, eta beste batzuk berrikuntzagatik.

Azken batean, gure xede-bezeroa argi definituta dago, eta horrek merkaturatze-estrategia egoki bat garatzea ahalbidetzen du. Bezero-segmentu hauek ondo ezagutzea funtsezkoa da proiektuak arrakasta izan dezan.