



ZEIN DA GURE BEZEROA?

Gure bezeroak gazteak dira, 18 eta 25 urte bitartekoak, diru-sarrera mugatuak dituztenak. Auto bat behar dute, baina finantza-ahalmen eskasagatik ezin dute autoa erosi. Horregatik, Autolanek gazte hauei autoa alokatzeko aukera ematen die, haien mugikortasun-beharrak asetzen dituen bitartean.

MERKATU SEGMENTAZIO MOTA NAGUSIAK:

1. Segmentazio demografikoa:

a. Adinaren arabera

- 0-18: Ez dutelako adin egoki bat kotxe bat gidatzeko.
- 18-25: Autolan enpresan lan egiten duen pertsona batek 18 eta 25 urteen artean eduki behar ditu.
- 25 baino gehiago: Lana egiten dutenez eta suposatzen da dirua dutela kotxe bat erosteko edo alokatzeko ez diogu autorik eskaintzen.

b. Errentaren arabera:

- Errenta baxua: 1.343 baino gutxiago errenta duten pertsonentzat
- Errenta altua: 3.581 baino gehiagoko errenta duten pertsonak. Gure enpresa ez da errenta altua duten pertsonentzat dirua dutelako kotxe bat erosteko haien kontutik.

2. Segmentazio geografikoa:

a. Kokapena:

- Hiri-erdigunean bizi den jendeak garraio publikoa erabili dezakenez, proiektu hau herrietan dagoen jendearentzat gehiago zuzenduta egongo da.
- Herriko jendea: Deserosoa da herria hurrun badago

3. Segmentazio psikografikoa:

a. Bizimodua:

- Asko bidaiatzen duen jendea: kotxea gehiago erabiliko dute
- Kotxea gutxi erabiltzen duen jendea: gutxiago irabaziko dute, ez dutelako kotxe asko hartzen

4. Portaera araberako segmentazioa:

a. Erabilera-maila:

- Kotxea gutxi erabiltzen duen jendea: kotxea gutxi erabiltzen duen jendeak ez ditu gure zerbitzuak asko erabiliko beraz, ez diegu lehentasunik emango.
- Kotxea asko erabiltzen duen jendea: pertsona hauei lehentasuna emango diegu gure zerbitzua gehiago erabiliko dutelako

b. Leialtasuna:

- Gure markari leiala direnak: Etorzen den jendea zerbitzua behin baino gehiago erabiltzen dute



→ Gure marka aldi bakarra erabiltzen dutenak: ez diegu lehentasunik emango ez dutelako gure marka asko erabiliko. Baina tratu ona izango dugu haiekin propaganda egiteko.

5. Belaunaldiaren arabera segmentazioa:

a. Talde generazionalen arabera:

→ 18-25: Z belaunadia eta Millennial gazteetan zentratzen da, hauek izango dira gure bezero nagusiak, ez dutelako dirurik haien kotxe propioa erosteko.

→ X belaunaldi, Baby Boomers: ez dute gure enpresa erabiltzen haien kotxe propioa dutelako.