

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

ZEIN DA ZURE BEZEROA?

Gure bezeroa izango da zuzenki edozein **hortz klinika**. Baina horrek baita suposatzen du beste mota bezero kontuan izatea (zeharkako moduan), hauek dira hortz klinikan dagoen jabea, langileak eta pazienteak.

Beraz, **hortz klinikako ekosistema** guztia barne hartzen duten hainbat bezero motak egon daitezke: **bezero zuzena (klinika bera)**, **bezero zeharkakoak (langileak)** eta **bezeroaren azken erabiltzailea (pazienteak)**. Hori guztia kontuan izanda, ezinbestekoa da produktuak eta zerbitzuak horien beharrei egokitzea eta guztien artean elkarrekintza positiboa eta eraginkorra lortzea.

ZEIN DIRA BEZERO HORIEN EZAUGARRIAK?

- **Hortz osasunarekin zuzenki erlazionatuta dauden profesionalen** profilak izan behar dira: odontologoak (generalak eta espezialistak), higienistak, erizain laguntzaileak eta baita hortz kliniken harreragile eta sektore administratiboko langileak. Beraz, **merkatu segmentatu** baten aurrean gaude.
- Bezeroek izan behar dute **prozesuak optimizatzeko** eta **efizientzia** hobetzeko interesa. Hori esan nahi du, **berrikuntzarako prest egon behar direla**; teknologia berriak, materialak eta metodologiak ezartzeko prest.
- **Etengabeko prestakuntza** baloratzen duten profesional profila izan behar da. Haien formakuntza eta esperientzia ahalik eta gehien garatzeko.
- Klinikei dagokionez, ez dute ezaugarri berezirik bete behar, gure enpresa moldatu ahal delako: **klinika txikia, ertaina, handia edota hortz-klinika kate** bat izan daiteke. Hala ere, egia da klinikaren baliabideak kontuan hartu behar ditugula (ekonomikoki inbertsio gaitasuna, espazioaren antolamendua eta teknologia inplementatzeko gaitasuna batez ere).
- **Pazientearen esperientzia hobetzea** bilatzen duten klinikak izan behar dira (diagnostikoak azkar eta erosoak izatea, tratamendu eta arreta pertsonalizatua

ematea...). Baita, **langileen egunerokotasuna erraztu eta amenizatu** nahi dutenak.

- **Kostuak murriztea eta errentagarritasuna handitzea** izan behar da kontuan izateko beste ezaugarri bat.
- **Konpetentzia artean nabarmentzea** eta bezeroaren parte hartze aktiboa eta motibazioa behar da, **proaktibitatea**.