



SEGMENTACIÓN DE MERCADO



- ¿Quién es tu cliente?
- ¿Cuáles son las características de estos clientes?



Recuerda que:

- Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocio, ya que sin ellos ninguna empresa puede sobrevivir mucho tiempo.
- Puede haber uno o más grupos de clientes. Debemos agruparlos en base a sus características comunes, para satisfacer mejor sus necesidades.
- Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de clientes:
 - Mercado masivo
 - Mercado de nichos
 - Mercado segmentado
 - Mercado diversificado
 - Plataformas o mercados multilaterales



No olvidéis que el comité evaluador valorará:

- Definir con claridad quién es vuestro cliente objetivo.
- Diferenciar los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen, o justificar con claridad su inexistencia.



Caso práctico, IOIKAN:

Su público objetivo son los aficionados a las tablas long.
Las características de este colectivo pueden resumirse en:

- Personas jóvenes
- Valoran la exclusividad en el diseño



IMPULSA

EL CORREO

PATROCINAN

ELISKO JAULANITZA
GOBIERNO VASCO

Bilbao
BILBAO
BILBAO

Sabadell
Estar donde estés

arm
ARMODORICA

EMPRESAS MENTORAS

Getxo

MICHELIN
Fundación

lurpelan

Sestao lan

K
Korakaldia
Inguruko

COLABORAN

Tknika

Universidad
del País Vasco

Universidad
León