



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

BBVA

Bilbao

UPV EHU

EMPRESAS MENTORAS

siden

lurpelan

Getxo

Sestao

ametsieta

EI

DURANGO

halmaseda

usoa

LOIZAGA

red eléctrica

BRIDGESTONE

Tknika

COLABORA

red eléctrica

BRIDGESTONE

Tknika

COLABORA

red eléctrica

BRIDGESTONE

Tknika