

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 EHU
EMPRESAS MENTORAS LOIZAGA balmaseda DURANGO Getxo red eléctrica lurpelan Loiola Tknika
COLABORAN