

Miguel Mannes, Carmen María Forriol, Marta Hernández, Lucía Santonja y Sandra Alguacil.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO



La segmentación de mercado consiste en establecer con claridad los grupos o miembros de la sociedad a los que va dirigido tu producto, es decir, tus clientes.

En el caso de nuestro producto, los clientes, o mejor dicho, los posibles clientes son los directores de pymes y los autónomos, así como

los directores de grandes empresas.

Nuestro proyecto se basa en una página web donde los empresarios (desde grandes empresarios hasta autónomos con empresas recién creadas) puedan contactar con otras empresas para conseguir productos a mejor precio o encontrar proveedores de lo que sea que necesiten.

Ejemplo:

Un emprendedor ha decidido montar un pequeño restaurante en Madrid.

Pongamos que éste no ha conseguido contactar con ningún proveedor de vasos de cristal.

El emprendedor decide acudir a **Business Contacts**, donde buscará empresas que nosotros previamente hayamos anunciado y establecido unas condiciones (las cuales se explicarán en el apartado de fuentes de ingresos) y el emprendedor elegirá de entre todas las ofertas la que mejor se convenga a su necesidad, en este caso, vasos de cristal.

Explicación del ejemplo:

Con este ejemplo queremos explicar que nuestro cliente, aunque en un primer momento parezca ser el emprendedor (el cual recibirá el título de usuario), será la empresa que vende vasos ya que al realizar la compra el dinero del previamente mencionado usuario, será para la empresa. El dinero que nosotros recibimos consta de una tarifa (igual para todas las empresas que anunciemos) que pagan las empresas para que nosotros les publiquemos en nuestra página y de un porcentaje de comisión que nos llevamos, por lo que, cuanto mayor sea el pedido de productos que realiza el usuario, mayor será el coste de comisión.

Es cierto que en esta explicación hemos tocado un poco el tema de las fuentes de ingresos, pero debido a que éstas dos disciplinas o conceptos están relacionadas íntimamente era imposible no mezclarlas.

Miguel Mannes, Carmen María Forriol, Marta Hernández, Lucía Santonja y Sandra Alguacil.



Clasificación:

En nuestra opinión, este proyecto se trata de un mercado diversificado ya que nosotros somos quienes ofrecemos la posibilidad de encontrar respuesta a necesidades muy variadas (como vasos de cristal en el ejemplo).

Lo que, en nuestra opinión se valoraría de nuestro proyecto sería la comodidad de poder encontrar en una sola página la mejor oferta y así tener el menor gasto para poder emprender o reducir gastos en caso de que tu proveedor sea más caro que uno que encuentres aquí.