

1. SEGMENTOS DE CLIENTES

1.1. Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo

Para desarrollar nuestro proyecto, lo primero que hemos hecho ha sido definir los segmentos de clientes a los que nos vamos a dirigir y cuáles vamos a ignorar.

En nuestro caso, el cliente objetivo serían las personas ciegas o con visión reducida. Para estas personas será para las que creemos valor, ya que podrán ser mucho más autónomas e independientes, correrán menos riesgos de sufrir accidentes y, dado el reducido tamaño del bastón, lo podrán llevar siempre consigo.

1.2. Diferenciar claramente los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen o justificar con claridad su inexistencia

Nuestros clientes más importantes serán los invidentes jóvenes y adultos, ya que son los que salen más a la calle y, por tanto, el bastón podría serles de más utilidad. Pensamos que los niños y ancianos irán normalmente acompañados de otra persona y por tanto no les es tan necesario.

Nos centraremos en clientes que posean un nivel económico medio o alto, pues nuestro producto incorpora nuevas tecnologías que hacen que el precio esté por encima del precio del clásico bastón.

Nuestro cliente objetivo debe disponer de teléfono móvil o debe estar dispuesto a utilizarlo, al estar el bastón conectado a una aplicación del teléfono.

Ignoraremos a invidentes en sillas de ruedas o personas dependientes, ya que no les será demasiado útil.

Otro segmento de mercado serán las farmacias, ópticas, ortopedias, etc. pues a través de ellas distribuiremos nuestro producto. Si conseguimos que éstos intermediarios vean que este bastón cubre las necesidades de las personas ciegas y les va a proporcionar valor, llegaremos a muchos más clientes.

Estamos en un contexto de mercado de nichos, es decir, un segmento de clientes muy específico. Nos dirigimos a un público muy concreto y bien diferenciado, como es el de los invidentes y nuestra propuesta de valor está diseñada a su medida.

Para poder hacer una estimación, hemos pensado en el mercado nacional, aunque nuestra idea es promocionarlo fuera de nuestras fronteras más adelante. En España hay unas 71.000 personas con grave deficiencia visual o ceguera. Estimamos que de éstos, unos 1.800 comprarán nuestro bastón al año, esto supone un 2,5 % aproximadamente.