

2. SEGMENTOS DE CLIENTES

Tenemos el pleno convencimiento de que este invento beneficiará esta faceta del aprendizaje de forma divertida y motivadora; esta conclusión viene tras el estudio de este segmento de mercado a través de lo que hemos visto, oído y observado in situ. En todos los colegios, pero principalmente en el nuestro, ya que es en el cual hemos decidido centrarnos, consideran que una de las principales dificultades a la hora de comenzar a escribir en hojas en blanco es mantener la rectitud y respetar los márgenes.

Primero, nos dirigimos a las niñas de los cursos de primaria y les preguntamos cuáles eran sus mayores dificultades a la hora de escribir. La mayor parte dijo, como hemos dicho anteriormente, “mantener la rectitud y respetar los márgenes”. Para corroborar lo que dijeron las alumnas, acudimos a las profesoras, y nos permitieron observar algunos de los trabajos de las niñas. Gracias a ello pudimos observar que tenían razón, y llegamos a la conclusión que con la creación de este producto ayudaríamos a muchas personas a ser capaces de escribir en línea recta.

A pesar de ser los niños los principales demandantes de este producto, hemos analizado otros segmentos de mercado, para ver si este producto podría ser necesitado por otro tipo de clientes, de forma que se haga extensivo a todas las personas que utilicen folios para hacer presentaciones escritas a mano.

Todas las personas a la hora de utilizar folios en blanco podrían decantarse por nuestro producto, pues es una forma rápida, fácil y limpia de escribir de forma ordenada. Por ello podríamos decir que nuestro rango de clientes es muy amplio:

Geográficamente, consideramos que el ámbito regional o las comunidades de Asturias, Cantabria y País Vasco son las primeras comunidades autónomas a las que nos vamos a dirigir para introducir nuestro producto, ya que nuestras relaciones con los clientes como veremos más adelante, parten de demostraciones en colegios y librerías para introducirlas en el mercado, y el desplazamiento, en principio no debe ser un coste excesivo. Si el producto tiene acogida, podremos continuar con Madrid, Valencia, Sevilla... etc, que son grandes ciudades donde la concentración tanto de colegios como de librerías es mayor que en otras zonas geográficas.

En cuanto a las edades donde queremos focalizar nuestra atención son las de educación primaria, secundaria y bachillerato. En la universidad, las clases requieren de la toma de apuntes en una inmensa mayoría de las asignaturas, lo que nos parece también un segmento a tener en cuenta.

Este producto, no va a tener en cuenta si es para niños o niñas puesto que ambos sexos requieren del mismo orden y presentación en los trabajos.

Así pues, nuestro primer ámbito de actuación son los colegios, institutos y Universidades de nuestra comunidad y las limítrofes por el este y oeste.