

Segmentación del mercado

En nuestra empresa, Nigayico, hemos pensado en un cliente específico pero a la vez bastante numeroso, me explico, en la actualidad un número bastante numeroso de la población compra cualquier bien online. Por tanto nuestra empresa piensa distribuir estos productos a toda esta gente, y ya es bien sabido que en este ámbito hay mucha demanda, pero a la vez queremos centrarnos en un tipo de cliente en específico. Este sería normalmente una persona que trabaja o estudia en un horario laboral de aproximadamente a la mañana hasta la tarde, que vivan solos y por tanto no tengan a nadie para recibir el producto que ha comprado virtualmente.

Una vez planteado este perfil de consumidor que se le presenta un claro problema, el no poder estar en su hogar para recoger el producto, en Nigayico pensamos suplir esta necesidad y solucionar este problema al consumidor ofreciéndole un servicio de 19:00-23:00 en el que el consumidor si tiene la posibilidad de recoger su producto. Esto nos dará una ventaja frente a otros distribuidores que solo reparten en horas diurnas decantando al consumidor por nuestro servicio antes que el de otro competidor.

Respecto a los segmentos del mercado a los que pertenece nuestra empresa son varios:

Plataformas multilaterales: Nuestra empresa depende tanto del número de consumidores que quiera gozar de nuestro servicio como del número de empresas que estén dispuestas a dejarnos distribuir sus mercancías.

Nicho de mercado: También se puede considerar como nicho de mercado porque es verdad que nos dirigimos a un público con un perfil determinado, y necesidades y problemas similares, pero a la vez nos centramos en ese consumidor que tiene una necesidad general como es que le llegue el producto pero con un rasgo diferenciador y específico que sería esa disyuntiva que tiene a la hora de recibir este mismo producto que ha encargado en una hora conveniente para él. Por ello nuestra empresa se ha centrado en este nicho de mercado.