

2.- SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En cuanto a la segmentación de mercado, en primer lugar tenemos que destacar la diferencia entre los usuarios de la aplicación y los clientes suscriptores de la misma, siendo estos últimos, los pequeños establecimientos adheridos de nuestra App que venden sus productos a través de la misma, diferenciándose así de sus competidores en el mercado por la forma de entrega de dichos productos a los clientes.



Nuestros clientes principales son aquellas personas que dispongan de coche y de poco tiempo para comprar por motivos de trabajo fundamentalmente, de tal modo, que prefiere adquirir sus productos online, llegar a la tienda en coche y que se le entregue el producto desde la acera, evitando así el tener que aparcar el vehículo, y por tanto, realizando una compra rápida y eficaz.

En general, serían personas acostumbradas a utilizar la tecnología y con poco tiempo en su vida diaria.



Por otra parte, queremos que nuestra aplicación también sea útil para personas con movilidad reducida a las cuales les supone muchas veces un gran esfuerzo bajar y subir del vehículo y también encontrar aparcamiento para minusválidos pese a la disponibilidad de plazas para personas con movilidad reducida en las ciudades.



En cuanto a los comercios que forman parte de nuestra aplicación, tenemos que destacar que, por norma general, es un segmento de clientes diversificado, ya que hay que tener en cuenta que pueden registrarse en la misma establecimientos comerciales de distintos tipos, como por ejemplo, establecimientos de comida rápida o raciones, mercerías, pescaderías, carnicerías, fruterías, panaderías o incluso farmacias.

Hay que destacar que todos estos establecimientos forman parte a su vez

de un nicho de mercado específico dentro del sector comercial, que es el de los pequeños establecimientos de barrio.