

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En primer lugar, conviene diferenciar dos áreas separadas en las que nos vamos a centrar, que son servicios a empresas y particulares. En el ámbito de las empresas, nos dedicaremos a ayudar a pequeñas y medianas empresas ya que las grandes tienen departamentos de recursos humanos que pueden resolver este tipo de problemas de manera independiente. No vamos a concentrarnos en ningún tipo concreto de empresa, toda aquella que tenga problemas con los socios o los empleados será recibida y se estudiará su caso.

En cuanto a los particulares, no vamos a delimitar mucho el mercado; trabajaremos con cualquier persona que sienta que ha perdido la ilusión para la vida, ya sea por problemas laborales, familiares o de cualquier otro tipo.

Esta segmentación delimita un mercado muy amplio en el que nuestra empresa desarrollará su actividad aunque permite la fácil identificación de los posibles clientes que reúnan estas características.