
SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestra principal idea de este negocio es dedicarlo a un público joven, cuyos intereses se basan en la tecnología y videojuegos. Pero no solamente a este tipo de público, cualquier persona que esté a gusto y satisfecho con la idea del local, puede acercarse y pasar un buen rato.

DEMOGRAFICO: Público joven, principalmente de entre 16 a 35. (sin límite de edad). Pensamos que para este colectivo de gente no hay lugares de entretenimiento basado en las nuevas tecnologías, y queremos salir de la monotonía de la competencia para resaltar en el mercado.

GEOGRAFICO: Local situado en Logroño (Calle Vitoria 19). Al ser un establecimiento, no vamos a poder ofrecer nuestros servicios a más lugares que no sean dicha ciudad. Otro objetivo es darnos a conocer a nivel local, atrayendo a la gente de los pueblos de alrededores.

PSICOGRAFICO: Nuestro objetivo es atraer a gente que le gusten los dispositivos tecnológicos, más concretamente: videojuegos, ordenadores, móviles entre otros.

CONDUCTUAL: Gente respetuosa con el material ofrecido en el local y con los demás clientes creando un ambiente de bienestar.

SOCIOECONOMICOS: Principalmente la estrategia que utilizaremos será usar precios asequibles que nos distinga de la competencia, para que todas aquellas personas que no tengan tanto capital para invertir puedan venir y pasar un buen rato.

Pensamos que si seguimos la segmentación explicada podemos obtener beneficios como por ejemplo focalizar una mejor estrategia de marketing con publicidad más efectiva o identificar mejor las necesidades de los clientes, dando como resultado el crecimiento rápido en el segmento del mercado.