

Segmentación del mercado. MarketBy

Realizando un análisis de segmentación del mercado, hemos detectado como principales clientes a los estudiantes universitarios, familias numerosas o con rentas bajas y desempleados.

En primer lugar, hemos localizado a los estudiantes universitarios como uno de los principales objetivos, puesto que son personas jóvenes que no cuentan con los suficientes recursos económicos, por lo que priman y consideran el precio frente a otros atributos.

En segundo lugar, creemos que las familias numerosas o las familias con rentas bajas, serían nuestros principales clientes y formarán parte de una gran mayoría de consumidores, debido a que tienen una gran cantidad de gastos y con nuestro servicio, podrán economizar lo máximo posible en gastos.

También, en esta gráfica se puede observar otro de nuestros objetivos, el cual está formado por las personas desempleadas. Tenemos en cuenta que estas personas, junto a las familias con rentas bajas o numerosas, teniendo en cuenta que el desempleo en la comunidad del País Vasco asciende al 11,1% de la población general según una elaboración del Observatorio Vasco de la Juventud a partir de datos proporcionados por Eustat (PRA).



Fuente: elaboración del Observatorio Vasco de la Juventud a partir de datos proporcionados por Eustat (PRA)

Por último, hemos observado que los barrios y municipios con menor renta, como por ejemplo Otxarkoaga o Sestao, serían importantes en nuestra empresa debido a la gran cantidad de clientes que podríamos obtener de esos lugares.